

EMPREENDEDORISMO CULTURAL NA VERTENTE DA MÚSICA NO CONTEXTO MOÇAMBICANO

Trabalho de Licenciatura

De

ISAURA BEATRIZ VASCONCELOS MACEDO PINTO

Estudante N° 163635

Do 4º ano

DO CURSO DE GESTÃO

Da

UNIVERSIDADE A POLITÉCNICA



Supervisor: Prof. Doutor João Ruas

Maputo, Novembro de 2011

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho ao Gabriel Júnior em primeiro lugar pois ele foi o meu inspirador do tema, que continue sempre a apostar na área cultural, a nossa riqueza intangível, ao Dr. Pedro Mabunda e esposa Dra. Guilhermina Bila, que na primeira hora tornaram-se uma parede na minha frente quando eu pensei em desistir, impedindo-me de o fazer, ao Dr. Machungo que sempre apoiou a continuação dos meus estudos, ao Presidente Chissano que sempre acreditou em mim, à Dra. Tânia Tomé que mesmo com a barriga de 7 meses se prontificou a ser o meu estudo de caso e transmitir na primeira pessoa a sua experiência pessoal do meu tema, a Dra. “to be” Vilaça Machado, assim como ao professor Luís Ferreira que tanto me empurraram e que se não fosse por eles não teria conseguido por este trabalho tão bonito, e no fim, mas não a última, à Dona Natércia, minha querida mãe.

AGRADECIMENTOS

Ao concluir este trabalho gostaria:

- Primeiramente de agradecer aos meus professores e aos meus explicadores, em particular ao meu explicador principal, Dr. João Zibane, incansáveis para comigo e sempre a apoiar-me depois de eu ter ficado tantos anos sem estudar e com tantos problemas sociais; aos meus colegas de curso, em particular o grupo de estudo, Esperança, Deus, Vilaça, Nicolau, Renato, Deuchande, Orlando, Pedro, Maria Judite e Noémia, e aos meus colegas de trabalho que tanta força me deram para o culminar desta licenciatura, em particular a Dra. Guilhermina Bila, Dra. Angelina Mbeve, Dra. “to be” Margarida Govene, Dra. Odete Nhancolo e Dra. Francisca Armando, assim como aos meus Directores Dr. João Paulo Oliveira e Dr. Eduardo João.
- Agradecer aos meus queridos irmãos que tanto me apoiaram e carregaram livros para mim, Gu, Dinha, Pi e Nita.
- Aos meus manos do coração, Dr. Moisés, Dra. Natércia, Dra. Guida, Dra. “to be” Vilaça, Dr. Manuel Pereira e Dra. Flávia, imprescindíveis neste percurso todo, carregando livros, ajudando na revisão, cuidando da minha saúde e dando o ombro.
- Aos meus filhotes, Gugu, Adamito, Martinho, Mussa, Lilita e em particular à Menina que sempre garantiu que eu ficasse boa rapidamente para não perder aulas.
- Aos meus primos Rogério e Tereza, Nuno e Hanna e em particular os meus primos Nandinha e Tomé, meu ancoradouro seguro.
- E finalmente ao meu supervisor, Professor Doutor João Ruas pela forma como conduziu este processo, e pela paciência que teve, ajudando-me a concluir este trabalho.

DECLARAÇÃO DE HONRA

Eu, Isaura Beatriz Vasconcelos Macedo Pinto, declaro que este trabalho de fim de curso foi exclusivamente realizado por mim. O mesmo é agora submetido de acordo com todos os requisitos e exigências para a obtenção do grau de Licenciatura em Gestão, na Universidade Politécnica em Maputo.

Assinatura _____

Data ____/____/____

ÍNDICE

DEDICATÓRIA	i
AGRADECIMENTOS	ii
DECLARAÇÃO DE HONRA	iii
SUMÁRIO EXECUTIVO	x
CAPÍTULO I – METODOLOGIA DE INVESTIGAÇÃO	1
1.1. Introdução.....	1
1.2. Justificação da pesquisa:	3
1.3. Objectivos de pesquisa:	4
1.4. O problema a ser investigado.....	4
1.5. A pergunta a investigar	4
1.6. Hipóteses a considerar	5
1.7. Metodologia de investigação	5
1.8. Constrangimentos no processo de investigação	7
CAPÍTULO II - LEITURA BIBLIOGRÁFICA	8
2.1. O empreendedorismo e o perfil do empreendedor	8
2.2. Empreendedorismo cultural versus economias criativas.....	14
2.3. Empreendedorismo cultural na vertente musical, em África e em Moçambique.....	15
CAPÍTULO III- ESTUDO DE CASO EM MOÇAMBIQUE	18
3.1. Biografia da Tânia Tomé	28
CAPÍTULO IV - ANÁLISE DOS DADOS DA PESQUISA	30
4.1. Políticas Governamentais para os músicos.....	30
4.2. Sustentabilidade da Música Moçambicana	36
4.3. Rendimento proveniente da música Versus Sustentabilidade da música	38
4.4. Empreendedorismo musical em Moçambique.....	42
CAPÍTULO V - CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES	49
5.1. Conclusões.....	49
5.2. Recomendações.....	49
BIBLIOGRAFIA	53
APÊNDICE – RESULTADO DOS INQUÉRITOS FEITOS A MÚSICOS, AGENTES CULTURAIS E CONSUMIDORES	58

DEFINIÇÕES DE TERMOS E/OU CONCEITOS NECESSÁRIOS À COMPREENSÃO DO TEMA EM ESTUDO:

Empreendedorismo: “Processo dinâmico pelo qual os indivíduos identificam ideias e oportunidades e transformam-nos em empreendimentos”.¹

“...implica ideia de sustentabilidade, trata não só de indivíduos, mas de comunidades, cidades, regiões, países. É a melhor arma contra o desemprego”

“...é uma revolução silenciosa, que será para o século XXI mais do que a Revolução Industrial foi para o século 20”.
(Timmons)²

Empreendedor: Empreendedor ideal: “...entusiasta, activo e confiante, com elevada capacidade de trabalho, apetente ao risco, tolerante aos erros, orientado para objectivos concretos, flexível e polivalente, inovador, apreciador de dinheiro, independente; e que possua no mínimo três requisitos: capacidade de concretização, ideias claras, capacidade de auto-selecção”³.

“O empreendedor é aquele que faz acontecer, se antecipa aos factos e tem uma visão futura da organização”⁴ (Dornelas, J.C.A.)

Empreendedorismo cultural: “É o gerenciamento de empresas culturais. É a transformação de companhias de teatro, circo, dança, bandas de música, artistas plásticos em empreendimentos gerenciados no formato de empresas, buscando mercado, fornecedores e preços competitivos”. (Wikipedia)

1 Palestra: O Papel da Cultura na Produção de Riqueza, Tânia Tomé, Setembro 2011

2 <http://www.musicaltda.com.br/2010/08/qual-a-importancia-do-empreendedorismo- hoje>

3 Horácio Costa e Pedro Correia Ribeiro, Criação & Gestão de Micro-Empresas & Pequenos Negócios, Manual Prático Lidel, 4ª Edição,

4 José Carlos Assis Dornelas, Empreendedorismo na prática – Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

Empreendedor cultural: “Empreendedor cultural é um mobilizador de recursos criativos e económico-financeiros, bem como articulador de redes sociais, visando a criação, organização, gestão e sustentação de empreendimentos culturais”. (Tânia Maria Vidigal Limeira)

Empreendedorismo musical: Empreender na área da Música com o objectivo de atingir uma grande audiência e tornar-se sustentável sem sacrifício da sua qualidade.

Economia criativa: “Economia criativa deve incluir todos os produtos e serviços relacionados ao conhecimento e à capacidade intelectual, não apenas as chamadas indústrias criativas ou indústrias culturais, produtos, serviços e tecnologias, engloba também processos, modelos de negócios e modelos de gestão, entre outros. Em qualquer actividade económica se encontra o conceito “economia criativa” através das ideias, imaginação, criatividade e inovação”.⁵

Indústrias criativas: Actividade empresarial na qual o valor económico está ligado ao conteúdo cultural. A força tradicional da chamada cultural clássica é unida ao valor agregado do talento empresarial e os novos talentos da média electrónica e da comunicação.

“...conjunto de actividades que tem como valor ou matéria-prima os recursos intangíveis: que além de cultura, conhecimento e criatividade, englobam os activos intangíveis, a experiência, a diversidade cultural. Tudo aquilo que qualifica e diferencia pessoas, empreendimentos, comunidades.” (Lala Deheinzelin)

Indústrias culturais: É o nome dado a empresas e instituições que trabalham com a produção de projectos, canais, forais, rádios, revistas e

⁵ (www.economiacriativa.com)

outras formas de descontração, baseadas na cultura, visando o lucro.

Cultura:

“É o conjunto de manifestações artísticas, sociais, linguísticas e comportamentais de um povo ou civilização. Portanto, fazem parte da cultura de um povo as seguintes actividades e manifestações: música, teatro, rituais religiosos, língua falada e escrita, mitos, hábitos alimentares, dança, arquitectura, invenções, pensamentos, formas de organização social, etc.”⁶

“...somatório de costumes, tradições e valores - é um jeito próprio de ser, estar e sentir o mundo, ‘jeito’ este que leva o indivíduo a fazer, ou a expressar-se, de forma característica.”⁷

Sustentabilidade:

“...Propõe-se a ser um meio de configurar a civilização e actividade humanas, de tal forma que a sociedade, os seus membros e as suas economias possam preencher as suas necessidades e expressar o seu maior potencial no presente, e ao mesmo tempo preservar a biodiversidade e os ecossistemas naturais, planeando e agindo de forma a atingir pró-eficiência na manutenção indefinida desses ideais.”
(<http://www.dicionarioinformal.com.br/mapear/>)

Agentes Culturais:

Organizam, promovem e divulgando eventos vários.

Cadeia de valor:

“Representa o conjunto de actividades desempenhadas por uma organização desde as relações com os fornecedores e ciclos de produção e de venda até à fase da distribuição final.” (Wikipedia)

“A cadeia de valor não é uma colecção de actividades independentes e sim um sistema de actividades interdependentes”⁸

6 (<http://www.dicionarioinformal.com.br/mapear/>)

7 (<http://www.qdivertido.com.br>)

8 (www.ufrgs.br/alimentus/apresent/med/Cadeia%20de%20valor.ppt)

- Mapeamento:** “Registrar informações geográficas ou de simples localização em forma de mapa”

(<http://www.dicionarioinformal.com.br/mapear/>)
- Stakeholder:** Elementos essenciais ou actores para o planeamento estratégico de negócio de uma organização ou estrutura. Compreende todos os envolvidos num processo. Podem ser influenciados ou influenciar o ambiente contextual. Neste caso específico seriam os músicos, os agentes culturais, a média, o Estado como entidade regularizadora, os consumidores entre outros.
- Criatividade:** “Geração de novas ideias – várias maneiras de olhar para os problemas existentes ou ver oportunidades nos mesmos problemas – através de tecnologias emergente ou mesmo mudanças que ocorrem nos mercados”.

(www.economicriativa.com)
- Inovação:** “Exploração bem-sucedida de novas ideias. Processo através do qual essas novas ideias são traduzidas em novos produtos, novos serviços, novas maneiras de conduzir os negócios ou mesmo novas maneiras de fazer negócios”

(www.economicriativa.com)
- Networking:** “Todo e qualquer investimento pessoal em fazer novos contactos, aproximar-se de contactos existentes e activa-los para dar passos melhores e/ou mais rápidos na sua carreira de empreendedor” (Joana Picq)

*“...o primeiro passo é manter distância do "matador de ideias",
você o encontra nos mais diversos lugares a toda hora,
mas ele é difícil de ser reconhecido.
Ninguém pensaria que ele é um matador de ideias.
Muitas vezes ele possui um bom diploma, experiência e saber.
E não pense que ele não acolhe as ideias novas. "Perfeito, muito boa" - dirá, - "mas..." em
seguida lhe dirá uma destas frases assassinas:
isto não vai funcionar",
"esta sua ideia trará mais problemas do que vantagens",
"nunca precisamos disto antes".”⁹*

⁹ <http://forum.cifraclub.com.br/forum/9/15845/>

SUMÁRIO EXECUTIVO

Autor:	Isaura Beatriz Vasconcelos Macedo Pinto
Grau Académico:	Licenciatura em Administração e Gestão de Empresas
Título:	O Empreendedorismo Cultural na Vertente Musica no Contexto Moçambicano.
Universidade:	A Politécnica - Maputo
Faculdade:	Administração de Empresas e Gestão
Supervisor:	Prof. Doutor João Ruas
Data:	18 de Novembro de 2011
Palavras-chave:	Empreendedorismo, empreendedor, empreendedorismo cultural, empreendedorismo musical, economia criativa, indústrias criativas, indústrias culturais, cultura, sustentabilidade, agentes culturais, cadeia de valor, mapeamento, “stakeholders” (na economia criativa), criatividade, inovação, cadeia de valor, networking.

Este trabalho pretende abordar, o papel do empreendedorismo cultural na vertente da música no contexto moçambicano e a sua possível contribuição ao desenvolvimento económico sustentável de Moçambique.

Desde a Independência pouco ou quase nenhum estudo foi desenvolvido em Moçambique sobre o tema, não existindo possibilidades de contar com um mapeamento empírico ou existência de dados, de onde pudesse concretizar-se quantitativamente o real impacto das actividades musicais na geração da riqueza, tornando-se difícil ao músico encontrar ambiente

propício a exequibilidade da cadeia de valor¹⁰ inerente a esta forma de economia criativa. A escassez de um ambiente propício ao trabalho a ser desenvolvido pelo agente cultural como elo de ligação entre o músico e o consumidor limita a qualidade do produto final.

Torna-se necessário inverter esta situação, criando sinergias entre os diferentes “stakeholders” onde o governo desempenha o papel legislativo e regulador, o músico a criatividade e inovação, o agente cultural a intermediação, os media o dever da divulgação de música com qualidade e ajudar o governo a criar no público consumidor a apreciação pela mesma.

Para o efeito fez-se uma leitura bibliográfica adequada, e conduziram-se entrevistas no seio das pessoas envolvidas na problemática.

Com este trabalho poder-se-á contribuir ainda que de forma modesta, para o aumento do conhecimento sobre a situação do empreendedorismo cultural na vertente da música no nosso País. Este trabalho também dá a oportunidade ao estudante para aplicar na prática os conhecimentos teóricos adquiridos, para a realização de um trabalho de pesquisa numa área muito importante e que afecta directamente a nossa sociedade, em especial os jovens músicos que desejam fazer da música o seu sustento económico

¹⁰ Para que esta actividade criativa se possa integrar no mercado, a cadeia do produto e valor inicia-se desde a elaboração da música, produção, distribuição, consumo e satisfação do músico traduzida em retorno económico.

CAPÍTULO I – METODOLOGIA DE INVESTIGAÇÃO

1.1. INTRODUÇÃO

No contexto histórico Moçambique conheceu o seu apogeu na música, até meados da década 70. Tal facto deveu-se às condições económicas e culturais até então vigentes. Nessa altura a comunicação era escassa e por este motivo a música era usada como um veículo de divulgação de mensagens de conteúdo para a sociedade. No pós independência a música continuou a sua evolução cultural e económica, como forma de transmitir a alegria do povo moçambicano em ter adquirido a sua independência. Nos fins dos anos 70 e princípios dos anos 80 foi notória a desaceleração económica e por consequência da evolução musical devido à situação político-económico prevalecente na altura com a imposição das sanções à antiga Rodésia de Ian Smith e posteriormente a guerra de desestabilização dos 16 anos.

Todo este contexto não facilitou a criação de um ambiente propício à formação de uma estrutura sólida em que todas as partes envolvidas poderiam desempenhar o seu papel. Pelas razões apresentadas notou-se mais uma vez um “boom” musical sem obedecer a uma estrutura base que pudesse supervisionar a qualidade técnica assim como o conteúdo da própria música. Como consequência o mercado encontra-se encharcado de música de fraca qualidade e fraco conteúdo para além dos discos piratas que podem ser adquiridos no mercado informal. Neste contexto, os músicos chamados “da velha guarda” foram os mais penalizados por sentirem dificuldades em se enquadrar neste ambiente desajustado. Os que tentam correm o risco das suas músicas perderem a qualidade e conteúdo habituais.

Sente-se que o papel dos média é deveras importante na divulgação das mesmas, pois podem provocar influências negativas tanto como positivas caso não acautelem a observância dos pormenores técnicos e de conteúdo. Os novos talentos se não forem devidamente enquadrados tornam-se num veículo de músicas sem qualidade e sem conteúdo, logo músicas comerciais de curta duração em que caso não haja uma constante inovação correm risco de entrar em colapso porque as músicas tornam-se repetitivas e o consumidor atento acaba percebendo que está a comprar um produto de embalagem bonita sem alteração de conteúdo.

Numa abordagem económica podemos arriscar dizendo que este tipo de música contribui para o atraso da redução da pobreza absoluta tendo em consideração a sua curta duração, por serem meramente comerciais. Logo a abordagem acima parece estar em contradição com a teoria económica já desenvolvida por Adam Smith quando ele defende que o valor do bem é medido

pelo número de horas gastas. O músico que se preocupe mais com o conteúdo e a qualidade, obviamente leva mais tempo a produzi-las e a coloca-las no mercado.

Para melhor compreendermos o objectivo desejado nesta monografia, obrigatoriamente temos que falar sobre as Economias Criativas. De acordo com as leituras feitas sobre Economia Criativa, pode-se chegar à conclusão que a Crise fez-nos usar as teorias aprendidas em Estratégia e Marketing e transformar as dificuldades em oportunidades e eis que chegamos à nova economia do Século XXI em que os empreendedores criadores são chamados a usarem as suas inovações de uma forma sustentável, de forma que contribuem para o crescimento económico da economia dos seus países.

O presente trabalho de pesquisa é composto por cinco (5) capítulos que obedecem à seguinte estrutura:

➤ **Sumário Executivo** - Faz uma breve descrição sobre o que irá tratar-se ao longo do trabalho e o impacto que o empreendedorismo cultural na vertente música tem em Moçambique.

➤ **CAPÍTULO I-Metodologia e Investigação:**

Procura descrever como decorreu a investigação. Ainda neste capítulo é apresentada a metodologia de investigação, o problema a ser investigado, a pergunta a investigar, as hipóteses a considerar, as perguntas investigativas e os constrangimentos encontrados ao longo da pesquisa.

➤ **CAPÍTULO II- Revisão bibliográfica:**

Reserva-se ao levantamento de várias ideias dos autores que abordam o tema em pesquisa, tentando também compreender qual o impacto desta nova economia no desenvolvimento sustentável noutros países.

➤ **CAPÍTULO III-Estudo de caso:**

Neste capítulo reserva-se para uma situação concreta de empreendedorismo cultural na vertente música em Moçambique, são também tratados, a analisados e a avaliados os resultados obtidos da pesquisa, e dá-se o correcto tratamento e validação das hipóteses pela informação obtida.

➤ **CAPÍTULO IV-Análises de dados de pesquisa:**

É neste capítulo onde são apresentados e discutidos as opiniões de diferentes agentes que atuam na área musical (consumidores; agentes culturais e os músicos)

➤ **CAPÍTULO V-Conclusões e Recomendações:**

Neste capítulo são apresentadas as principais conclusões da pesquisa, bem como as recomendações e sugestões para possíveis formas de implementação do contexto ambiental propício a concretização do empreendedorismo cultural na vertente música no contexto moçambicano.

1.2. JUSTIFICAÇÃO DA PESQUISA:

A autora, além de, na sua família existir tradição da cultura da música, teve ocasião de inúmeras vezes participar na organização de eventos que lhe obrigavam a lidar de mais perto com os músicos moçambicanos. Em pouco tempo se apercebeu do sacrifício por eles feito para poderem "vingar" na carreira musical. Muitas vezes ficava intrigada porque é que pessoas donas de tanto talento e de uma voz maravilhosa ou de uns dedos mágicos tinham tanta dificuldade em conseguir se sustentar a si e à sua família a partir da música. Com o andar do tempo, e comparando-os com os músicos de outros países mais desenvolvidos, em que os músicos se dão ao "luxo" de fazer um ou dois concertos por ano e o resto do tempo ficarem com a possibilidade de criar e inovar, e ainda dar o seu contributo na área da responsabilidade social por esse mundo fora, levando bem alto o nome dos seus países.

Porque então isso não seria possível para Moçambique onde tantos talentos existem? Muitas vezes participava em comentários onde quando perguntavam qual era a maior riqueza de Moçambique, a autora prontamente respondia que era a sua diversidade cultural! E a transversalidade da rica cultura moçambicana assim como todas as perguntas inerentes ao tema, fizeram a autora pesquisar na internet sobre o assunto ainda mesmo antes de se ter decidido pelo mesmo como seu trabalho de fim de curso. Desde 2004 já guardava recortes de jornal ligados à cultura e as actividades dos músicos no mundo das artes. Os espectáculos em que participavam para angariar fundos para isto e para aquilo sem receberem nada, sendo eles próprios necessitados também desses mesmos fundos para poderem alimentar a sua família. Depois de já ter escolhido o tema e de já ter iniciado o seu trabalho, começou a aparecer na imprensa artigos sucessivos ligados ao empreendedorismo cultural assim como as indústrias

criativas, com as Nações Unidas na liderança da divulgação e estando inclusive incluído nos Objectivos do Milénio (ODM), tal é a sua importância na sua potencial contribuição para a redução da pobreza absoluta.

1.3. OBJECTIVOS DE PESQUISA:

Os principais objectivos desta pesquisa podem ser resumidos da seguinte forma:

- Aplicar as teorias aprendidas durante a formação académica, num trabalho prático, concreto e real;
- Identificar constrangimentos reais da população moçambicana de músicos na procura de soluções para o seu problema, e de forma modesta poder dar um contributo na solução deste problema;
- Identificar os problemas que afectam a sustentabilidade da música moçambicana, bem como sugerir possíveis soluções.

1.4. O PROBLEMA A SER INVESTIGADO

Na busca constante pelo crescimento económico e estabilidade social, num contexto em que se verifica uma tendência de crescimento da actividade cultural, a música afigura-se como um aspecto a considerar para o alcance dos objectivos preconizados pelos ODM (Objectivos do Milénio) e assim como a sua contribuição para o PIB do país. Para que tal seja possível, torna-se necessário avaliar, em primeiro, o seu impacto na prossecução dos objectivos estabelecidos nos ODM. Neste contexto, o problema a ser investigado foi formulado como abaixo se indica:

“ Sendo a música uma dimensão cultural integrante no desenvolvimento do país na luta contra a pobreza e no desenvolvimento equitativo da população, obriga à implementação de uma legislação eficaz e adequada na protecção do empreendedorismo dos músicos em Moçambique”.

1.5. A PERGUNTA A INVESTIGAR

Alinhadas as hipóteses em torno da sustentabilidade da música, a pergunta a investigar poderá ser formulada da seguinte forma:

“Quais os factores determinantes para que a música participe activamente no crescimento e consolidação da economia moçambicana, contribuindo para o aumento do PIB e redução da pobreza absoluta?”

Esta pergunta nos leva a elaborar outras questões mais específicas onde possamos encontrar respostas que sustentem a pergunta acima colocada. Tais questões podem ser formuladas da seguinte forma:

- a) Quem se responsabiliza pela ausência de sustentabilidade da música moçambicana?
- b) Qual o grupo alvo consumidor da música moçambicana?
- c) Como é que um cidadão que recebe o salário mínimo pode ter acesso à música moçambicana?
- d) Qual é a influência da música moçambicana na vida da população?
- e) Que impacto trará para vida do cidadão/consumidor o acesso a música moçambicana, a longo prazo?

1.6. HIPÓTESES A CONSIDERAR

As hipóteses de trabalho poderão ser colocadas como se indica:

(H0) “A definição dos objectivos e a implementação de políticas adequadas são determinantes para uma eficiente gestão do empreendedorismo cultural na vertente da música no contexto moçambicano”.

(H1) “A ineficiência verificada na implementação de políticas adequadas são determinantes para uma fraca gestão do empreendedorismo cultural na vertente da música no contexto moçambicano”.

1.7. METODOLOGIA DE INVESTIGAÇÃO

Como forma de compreender os factores que determinam a eficiência da gestão do empreendedorismo cultural na vertente da música no contexto moçambicano e o seu contributo no crescimento e consolidação da economia nacional conduziu-se uma investigação que de acordo com Hussey & Hussey (1997:51-59), foi dentro do paradigma fenomenológico, baseada na metodologia de *estudo de caso de character exploratório*. Hussey

& Hussey (1997:66), acrescenta que estudos de caso são descritos como métodos de investigação, usados em áreas onde existam poucas teorias ou insuficiente nível de conhecimento sobre a matéria em estudo, como é o caso do empreendedorismo cultural em Moçambique.

Conduziram-se também entrevistas baseadas num questionário estruturado com perguntas abertas e fechadas, com o objectivo de apurar possíveis relações entre as diferentes variáveis em estudo, assim como a percepção dos entrevistados sobre o tema em estudo.

A amostra envolveu uma população de 35 elementos, entre consumidores, agentes culturais e músicos escolhidos aleatoriamente. Para o efeito, os questionários foram distribuídos em diferentes casas culturais.

Como forma de complemento a este estudo, e para melhor se compreender o empreendedorismo cultural na vertente música, conduziu-se também uma entrevista à Tânia Tomé por se tratar duma artista transversal que actua na poesia, música e teatro.

Todo o processo de investigação foi apoiado por uma extensiva revisão bibliográfica que permitiu conferir a necessária sustentação teórica sobre o tema proposto.

Far-se-á a análise e interpretação dos dados bibliográficos e dos dados colhidos no campo de análise, bem como das relações entre eles estabelecidas, com recurso a modelos de validação adequados para agrupamento e análise de acordo com o conteúdo.

As fases constituintes da metodologia de investigação resumem-se nas seguintes:

- Diagnóstico do problema a ser investigado
- Colecta de dados
- Plano de acção a seguir
- Acção na implementação desse plano
- Avaliação de resultados
- Redigir o relatório, tecendo conclusões e recomendações

1.8. CONSTRANGIMENTOS NO PROCESSO DE INVESTIGAÇÃO

Em trabalhos de investigação desta natureza, alguns constrangimentos são encontrados, nomeadamente:

- a) Falta de bibliografia para consulta e suporte do trabalho;
- b) Pesquisa via internet limitada, pois este tipo de trabalho é apresentado em forma de tópicos;
- c) Relutância de algumas pessoas com medo de revelarem o seu ponto de vista, embora os questionários sejam anónimos;
- d) Escassez de dados e falta de mapeamento e registo musical bem como seu contributo a nível de crescimento económico, dada a limitação ou inexistência duma metodologia usada para avaliar o seu impacto ou contributo no PIB. Por esta razão a abordagem foi essencialmente qualitativa.

CAPITULO II - LEITURA BIBLIOGRÁFICA

Com as crises financeiras e económicas que os países atravessam, torna-se necessário integrar o conceito de empreendedor cultural como mobilizador de recursos criativos e económico-financeiros, bem como articulador de redes sociais, visando a criação, organização, gestão e sustentação de empreendimentos culturais. Na mesma linha de ideias, Costa, H. (2004), defende que o empreendedor desempenha um papel importante pela suas qualidades¹¹ mais relevantes e que deverão servir para avaliar a sua capacidade empresarial potencial.

...Se houvesse uma receita para alguém ter o sucesso garantido, então já não seriam chamados de empreendedores, porque empreender é também assumir um risco!

2.1. O EMPREENDEDORISMO E O PERFIL DO EMPREENDEDOR

Se houvesse uma receita para alguém ter o sucesso garantido, então já não seriam chamados de empreendedores, porque empreender é assumir um risco!

Mas afinal o que é o empreendedorismo e qual o perfil do empreendedor?

Empreendedorismo é visto como a capacidade individual de empreender. Isto é, a capacidade de tomar a iniciativa, buscar soluções inovadoras e agir no sentido de encontrar a solução para problemas económicos ou sociais, pessoais ou de outros, por meio de empreendimentos.

Quando se fala de empreendedorismo visualiza-se inovação, criatividade, interactividade¹² entre os diferentes actores, que através duma produção combinada gera-se sinergia cujo objectivo final é a satisfação do artista e da sociedade.

Segundo Dornelas, J. (2008) “...Em empreendedorismo um dos principais ensinamentos que podemos ter é o facto de que nada se constrói sozinho, sempre há a necessidade de trabalho em equipa. Qualquer projecto empreendedor sempre terá maiores probabilidades de sucesso se a equipe envolvida se comprometer a agregar valor, trazendo o complemento necessário para a conclusão do trabalho.”.

¹¹ Focalização na obtenção de resultados, responsabilidade, preferências por riscos controlados, grande capacidade de trabalho, orientação para futuro, capacidade de inovação, adaptação rápida

¹² Neste contexto refere-se a relação que se estabelece entre o criativo, o inovador, o gestor e o consumidor

O empreendedorismo cultural é seguramente uma das mais debatidas e controversas dimensões da intervenção social e política da actualidade, na medida em que, e cito Sua Excelência o Presidente da República de Moçambique, Dr. Emílio Armando Guebuza, na sua comunicação por ocasião da abertura do 6º Festival Nacional da Cultura, em Chimoio a 28 de Julho de 2010: “...produtos, expressões e manifestações culturais concorrem para impulsionar a implementação da nossa Agenda Nacional de Luta contra a Pobreza”,

Talvez o empreendedorismo cultural na vertente música possa ser a chave para dar um “volte face” à argumentação de Ana Caetano¹³ (...), “...o empresário africano, nomeadamente o moçambicano, enfrentaram o desafio de integrar o presente e o passado, o tradicional e o moderno, o formal e o informal, formas capitalistas e não capitalistas, o urbano e o rural, num ziguezaguear constante entre a sua inserção em redes locais e a sua inevitável relação com o global”. Recompondo e criando relações sociais, ora mais para um dos lados, ora mais para o outro e, tecendo dessa forma, a especificidade africana do empresariado moçambicano. As suas características são inevitavelmente diferentes das que foram construídas no ocidente e a própria natureza e especificidade do conceito de empresário, tal como Schumpeter o define, só com dificuldade são aplicáveis.”

As organizações de empreendimentos artísticos e culturas integram o sector das indústrias criativas e vem crescendo como recurso para o desenvolvimento social e económico para muitos países do terceiro mundo. Dentro deste cenário, pouco se tem reflectido sobre a formação de empreendedores culturais especialmente em musica, aqueles profissionais capacitados a criar, organizar gerenciar e desenvolver seus empreendimentos de todo sustentável em detrimento de dependência excessiva do Estado e ou patrocinadores privados.

Segundo Hawkins, J. (2001) o sucesso depende não apenas de capital. O mesmo autor defende que os criadores desta nova economia, “economia criativa”, usam os seus cérebros para lucrarem, não precisam de bens escassos como é o caso do capital ou terra, eles lidam com arte em geral e a arte é um bem intangível que não esgota, pelo contrário se multiplica à medida que se inova. Um dos exemplos do resultado da utilização dos princípios basilares da criatividade musical é o famoso iPhone ou o Ipad, tendo a Apple revolucionado o mundo da música aquando do lançamento do reprodutor de música iPod em Outubro de 2001. Quando a indústria da música ainda se ressentia do impacto do mp3, da difusão indiscriminado de músicas e da abrupta queda de rendimento dos produtores, lá veio o iPod de mãos dadas com

13 www.yatedo.com/s/Ana+Caetano

a iTunes Store. A loja virtual da Apple levantou vários artistas e mudou a forma como se compra música não só nos Estados Unidos assim como por todo o mundo. Ao invés de ir a uma loja, comprar um CD com 20 músicas, o apreciador de música agora compra apenas as músicas de que gosta ou conhece e as transfere directamente para seu iPod, podendo ouvi-las em qualquer lugar, a qualquer hora. A indústria transformou-se, mas continuou viva, abriu-se oportunidades para novos artistas mostrarem, e venderem, seu trabalho sem intermédio de grandes corporações. Steve Jobs fez isso. Já na área musical no contexto moçambicano, pode-se citar o empreendedor Bang da Bang Entertainment, em particular a projecção de músicos nacionais no exterior, como por exemplo Lizha James, Dama do Bling e Gabriela que já foram nomeadas para os grandes prémios realizados pelo “*Chanel O Music Awards*”, assim com o Showesia de Tânia Tomé em que são integrados três manifestações culturais, a música, a poesia e a dança. Como iremos confirmar na sua biografia mais adiante, Tânia Tomé já ganhou Prémio de música da África Austral pela OMS 1988 (Organização Mundial de Saúde), Prémio Festival da Canção 2001, (Fep Portugal, Porto), Prémio de Poesia 2005 (BIM), Prémio de Música de África 2010 (Soundcity Music Awards), foi Nomeada para Museke African Music awards 2011 e foi Seleccionada para o Prémio de Poesia Portugal Telecom 2011.

Segundo alguns autores¹⁴, podem ser citadas como características empreendedoras as seguintes:

Ano	Autor	Principais Características Empreendedoras
1848	Mill	Assumir riscos
1934	Schumpeter	Inovação, iniciativa
1970	Collins e Moore	Satisfação e prazer pelo que faz
1970	Hornaday e Bunker	Necessidade de realização, inteligência, criatividade, iniciativa, liderança, desejo de ganhar dinheiro, desejo de reconhecimento, orientado à realização, poder, tolerância às incertezas

Nota-se que não há grande diferença de opiniões emitidas pelos diferentes autores sobre a definição de empreendedor mas sim uma acção complementar.

¹⁴ Citados Dornelas (2007)

Pelas ilações obtidas após leitura sobre o tema em apreço, além do já constatado, poderíamos adicionar que no contexto moçambicano o empreendedor musical está sujeito ao risco da pirataria e da música comercial sem qualidade assim como à falta de aprendizagem que por pressuposto deveria ter sido adquirida durante o seu crescimento.

Quando nos referimos ao empreendedorismo cultural na vertente da música no contexto moçambicano e no seu impacto social, não nos referimos apenas ao rendimento proveniente da música em si, mas também ao “valor” da cadeia de produto até ao valor neste caso proveniente da sua transversalidade, visto que este produto movimenta massas e outras actividades a ela inerentes, nomeadamente as pequenas e médias empresas.

O conceito de recursos intangíveis¹⁵ aparece como uma nova abordagem económica deste século (XXI) onde os recursos intangíveis combinados com os tangíveis resultam numa mais-valia (um crescimento económico que deverá reflectir-se no PIB). Neste contexto, a Revista Capital de Março de 2011, no seu tema Desenvolvimento – Indústrias Culturais, através do artigo “*Economia desafia contributo da Cultura*”, registou as palavras de Patrício Jeretic, especialista em Cultura e Desenvolvimento, que cita “...um maior contributo da cultura na economia nacional passa pela profissionalização da actividade e pelo seu enquadramento no circuito económico formal.” Ainda no mesmo artigo o Vice-Governador do Banco de Moçambique, Pinto de Abreu, acrescenta “...que o grande desafio dos fazedores da cultura é a criação da cadeia de produto de valor.” Comungando as mesmas ideias, Quito Tembe, Director da Iodine Produções diz: “Nós não queremos dinheiro do Governo, mas sim boas políticas estruturadas ao ambiente “*Doing business*” da área cultural.” Por sua vez Sérgio Mabombo acrescenta que: “Até 2003, o contributo das indústrias culturais era de apenas 0,1 por cento, uma contribuição que reflectia a maior dependência dos apoios do Estado na altura. No novo contexto que se abre os fazedores da cultura notam que a velha estratégia de “*choramingar*” pelas verbas concedidas do Executivo é pura perda de tempo.”

O ponto fulcral da gestão moderna é precisamente juntar colaboradores com diferentes experiências e habilidades e transformar essas diferenças em ponto forte.

15 O Séc. XX caracterizou-se pela Revolução Industrial, onde dominava a ideia de que o crescimento económico podia ser alcançado apenas utilizando recursos tangíveis (máquinas, etc.) negligenciando deste modo os recursos intangíveis (conhecimento, criatividade, etc.)

Com este novo conceito as empresas não devem operar com os diferentes sectores de forma isolada onde as pessoas só falam das suas especialidades pois isso será um entrave à criação de produtos e serviços inovadores.

Já Lala diz numa das suas dissertações que: “As Indústrias criativas têm como matéria-prima a cultura, conhecimento, criatividade, valores nacionais: recursos que não apenas são abundantes como, ao invés de serem consumidos com o uso, se multiplicam e renovam como o uso, daí o fato, por exemplo, de serem adoptadas como caminho de desenvolvimento por um país como a China, com o desafio de manter a estabilidade social e económica de um bilhão de pessoas”.

Tânia Tome descreve que a economia criativa é “uma opção viável para a promoção do desenvolvimento humano, por melhorar as condições de vida das pessoas”. Sobre o impacto económico, Tânia Tome diz que “a criatividade é um recurso abundante, enquanto os outros factores de produção são escassos e pela sua abundância torna-se um elemento importante como estratégia para o desenvolvimento e redução da pobreza”.

A música é uma das componentes das indústrias criativas, com possibilidade de criar riqueza e daí a escolha do meu tema “Empreendedorismo cultural na vertente Música”. Pode-se considerar uma actividade transversal a outros sectores como por exemplo o turismo. Um dos principais chamarizes do Turismo é a música. Normalmente a música transmite os valores culturais dum povo e o turista quando quer saber mais sobre a cultura daquele povo vai aos espectáculos de música.

Mas o que mais nos mostra e nos provam as teorias sobre a Economia Criativa? Diz Tânia Tomé que o tratar da Arte como negócio é fulcral e integrante de abordagem económica. Claro que tem que ter os pressupostos de potencial de riqueza e emprego. Mas como é que se gera riqueza e emprego? É aqui que entra a relação da criatividade e o empreendedorismo. Tânia Tomé diz que para ela, a ideia de riqueza é associar as indústrias criativas ao empreendedorismo, devendo ser integrada uma estratégia de longo prazo onde a educação primária com os princípios da criatividade e empreendedorismo é fundamental para existir o estímulo a produção musical. No sistema integrado (todos os “*stakeholders*”), não iriam só participar as associações, mas sim também as pequenas e medias empresas com enfoque criativo. Neste ponto lembramos que o Presidente da República Armando Guebuza, no encerramento da VIII Conferência Nacional de Quadros da Frelimo, onde advogou a

necessidade de se direccionar mais apoios ao sector privado com especial atenção para as Pequenas e Médias Empresas (PME's) por entender que estas assumem um papel preponderante na materialização do combate à pobreza e impulso do desenvolvimento do país. Referiu também que para além de abrir novas oportunidades de emprego, ajudando a reduzir os altos índices de desemprego que o país enfrenta, as PME's desempenham um papel notável no incremento das receitas do Estado através da arrecadação de impostos.

Recorda-se que a área cultural, na perspectiva económica, engloba um número diversificado de empresas, organizações, instituições e profissionais que realizam as actividades de criação, produção, comercialização, distribuição, difusão e preservação de bens e serviços culturais. Neste contexto, a cadeia de produto de valor da música que começa desde a criação até distribuição, é esquematicamente representada:

Criação da Música = **Produção** = **Difusão** = **Comercialização**

Fonte: *elaborado pela Autora do trabalho*

Do esquema acima, podemos definir a cadeia de produto e valor como conjunto de actividades desempenhadas por um indivíduo ou uma organização desde as relações com os fornecedores e ciclos de produção e de venda até à fase da distribuição final.

Importa ainda referenciar que a criação e a produção da música fica encarregue ao músico, sem no entanto eliminar a possibilidade deste cuidar também da difusão e até a comercialização. Por ser uma cadeia que envolve tempo e recursos financeiros, alguns optam por encarregarem aos especialistas a difusão e comercialização das mesmas (porque a difusão e comercialização depende não só da qualidade da música mas também da estratégia de marketing, onde os especialistas da área exercem um papel de relevo).

Ao decompor uma organização nas suas actividades de relevância estratégica, torna-se possível analisar o comportamento dos custos e as fontes existentes assim como potenciais de diferenciação em cada processo de negócio, optimizando o valor final que o seu produto representa para o cliente. A liderança de custo e a diferenciação pela qualidade acrescem valor ao produto e proporcionam vantagem competitiva à organização no contexto da indústria em que se insere.

A concepção de empreendedorismo cultural na vertente musical está ligada ao conceito de redes sociais, ou seja, o músico não é um actor automatizado ou individualista, que actua de maneira isolada. Ele é antes de tudo um articulador de redes, com capacidades de unir e conectar, de maneira muitas vezes inovadoras, diferentes actores e recursos dispersos no mercado e na sociedade, agregando valor a actividade produtiva.

Swedberg (2006) "...reconhece a existência de tensões entre a esfera económica, que busca lucros, e a esfera da arte (música) que busca respostas existenciais". Assim, o empreendedor na vertente da música (indústrias criativas) precisa de desenvolver um conjunto de mecanismos e procedimentos organizacionais para combinar os 2 conceitos.

A visão contemporânea é de que as habilidades do individuo empreendedor podem ser adquiridas no meio escolar, mas o empreendedorismo na vertente música exige uma engenharia pedagógica específica. No caso concreto de Moçambique, os músicos surgem do nada, "*dorme cidadão e acorda músico*" com pouca ou quase sem formação no sector. Muitas músicas que tocam não obedecem a nenhuma regra ou seja as condições mínimas para ser consideradas músicas e pra serem tocadas.

2.2. EMPREENDEDORISMO CULTURAL VERSUS ECONOMIAS CRIATIVAS¹⁶

O mercado global de bens e serviços oriundos da economia criativa tem experimentado nos últimos anos um crescimento sem precedentes. "O valor das exportações anuais desse segmento alcançou US\$ 592 bilhões em 2008, o que representa um crescimento médio anual de 14% no período de 2002-2008. Segundo a UNCTAD, as indústrias criativas são um dos sectores mais dinâmicos do comércio internacional e a demanda global para os produtos criativos continuou crescendo, apesar da crise financeira e da recessão global de 2008."

Assim, as organizações internacionais como o Banco Mundial e UNESCO defendem e acompanham a proliferação de projectos referentes a cultura e desenvolvimento local. Por outro lado, é notório que para conseguir financiamentos, nessas organizações, é condição necessária que o proponente demonstre que o seu projecto trará também um benefício social.

De acordo com a UNESCO, o comércio de bens criativos aumentou de US\$ 205 para US\$ 407 bilhões em 2008, com crescimento médio de 11.5% no período 2002-2008, praticamente dobrando de valor no período de seis anos.

¹⁶ <http://www.iniciativacultural.org.br/2011/07/i-seminario-internacional-economia-criativa-novas-perspectivas/>

A economia criativa tem sido compreendida como uma potencial alavanca para o desenvolvimento de muitas nações, sendo que mais de 60 países já realizam procedimentos sistemáticos de mapeamento do seu sector criativo. Em estágios mais amadurecidos encontram-se os países desenvolvidos, notoriamente os Estados Unidos, as principais economias europeias – com destaque para o Reino Unido e a Austrália. Porém, mesmo estes ainda vislumbram as perspectivas de expansão do sector, inserindo o tema estrategicamente, com papel de destaque, nas suas agendas económicas.

Países emergentes e em desenvolvimento conseguem ter participações expressivas em áreas específicas. Porém há um vasto território inexplorado de possibilidades, que devem ser objecto de políticas públicas, concebidas e implementadas num ambiente de cooperação internacional, especialmente a chamada Cooperação Sul-Sul.

2.3. EMPREENDEDORISMO CULTURAL NA VERTENTE MUSICAL, EM ÁFRICA E EM MOÇAMBIQUE

Reconhecendo o papel do empreendedorismo cultural, no seu contributo para alavancagem das economias o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD) associou-se a oito músicos célebres para suscitar o engajamento dos Africanos no alcance dos Objectivos de Desenvolvimento do Milénio (ODM) até 2015. Os ODM constituem uma série de oito metas reconhecidas a nível internacional, visando reduzir a pobreza, a fome, as doenças, a mortalidade nas mulheres e crianças até 2015”. Ainda nesta cerimónia, a responsável do PNUD, Helen Clarke defendeu que “*não deve haver espectadores na luta contra a pobreza*”. Neste contexto todo o mundo tem um papel a desempenhar para a realização dos oito Objectivos de Desenvolvimento do Milénio que, uma vez atingidos, vão melhorar a qualidade de vida de centenas de milhões de pessoas nos países em desenvolvimento.¹⁷ As políticas do Governo Moçambicano para o desenvolvimento das indústrias criativas, onde o empreendedorismo musical se insere, embora tenha como filosofia a promoção do desenvolvimento local, elas são limitadas. Esta limitação vai desde a barreira intelectual de acesso a cultura até a insuficiência (ou mesmo inexistência) de apoio a empreendedorismo musical. A Inexistência de apoio no empreendedorismo musical podia ser ultrapassada recorrendo a dois (2) modelos: um Americano, baseado em organizações e financiamentos privados e outro Francês baseado em recursos públicos (Limeira, 2008)

¹⁷ (http://macua.blogs.com/moambique_para_todos/musica_vdeo_cinema/page/3/)

Em Moçambique há dois grupos actuando em proporções diferentes, nomeadamente, a velha guarda e os músicos da nova geração. Enquanto as músicas da nova geração tendem a ser comerciais com uma elasticidade de procura, mais elástica em relação às músicas da velha guarda que matematicamente pode-se representar da seguinte maneira:

$$E_{P_M}^{Nova\ Geração} > E_{P_M}^{Velha\ Guarda}$$

Elasticidade na procura de músicas da nova geração:

$$E_{P_M}^{Nova\ Geração} = \frac{\Delta\% M}{\Delta\% G, P, I} = \frac{\frac{M_2 - M_1}{M_1}}{\frac{Y_2 - Y_1}{Y_1}} = \frac{M_2 - M_1}{M_1} \times \frac{Y_1}{Y_2 - Y_1}$$

Onde:

M1----- Procura da música no momento 1 (tempo =1)

M2----- Procura da música no momento 2 (tempo =2)

G, P, I----- Gostos, Preferências e Influências (podemos substituir por **Y**)

Y1----- **G, P, I** no momento 1 (tempo =1)

Y2----- **G, P, I** no momento 2 (tempo =2)

Esta elasticidade mostra a sensibilidade dos consumidores na procura da música em relação aos gostos, preferências e influências. Dados empíricos mostram que, $E_{P_M}^{Nova\ Geração}$ tende a ser maior que um (> 1). O que significa que as preferências, os gostos e as influências têm um impacto mais do que proporcional na procura da Música da nova geração.

$$E_{P_M}^{Velha\ Guarda} = \frac{\Delta\% M}{\Delta\% G, P, I} = \frac{\frac{M_2 - M_1}{M_1}}{\frac{Y_2 - Y_1}{Y_1}} = \frac{M_2 - M_1}{M_1} \times \frac{Y_1}{Y_2 - Y_1}$$

Embora a elasticidade procura de música da velha geração varie directamente com a mudança dos gostos, preferências e influências, a sua magnitude tende a ser menor que a Elasticidade da procura de música de nova geração.

Por exemplo, se os gostos e preferências em relação as músicas da nova geração aumentarem a sua procura tenderá a aumentar mais do que o proporcional.¹⁸ O facto da elasticidade da procura da música da nova geração ser maior do que a da velha guarda pode ser justificado pela estrutura etária da nossa população que é maioritariamente jovem.¹⁹ Neste contexto os músicos da nova geração tendem a responder com maior flexibilidade à procura da música o que contribui para o fracasso da qualidade da música moçambicana.

Devido a elasticidade de procura da música da velha guarda ser menor em relação à da nova geração, os músicos da velha guarda tendem a se aproximar da nova geração produzindo assim músicas comerciais (no curto prazo) de qualidade duvidosa²⁰ (sazonais). Este facto tende a deteriorar cada vez mais a qualidade da música, contribuindo assim para a sua insustentabilidade a longo prazo.

Por outro lado, o mercado de música em Moçambique é caracterizado pela informalidade onde a lei dos direitos autorais não se fazem sentir, embora exista a lei nº 4/2011 de Fevereiro sobre Direito de Autor e dos Direitos Conexos, no seu artigo 61 e 62, onde passo a citar, “*é proibida a reprodução ilegal de obras, registo e espectáculo, importação e exibição de obras piratas para venda, bem como a radiodifusão ilegal e reprografia, sem autorização*”. Mais do que nada nota-se a inexistência da lei quanto a sua implementação o que tem desincentivado os músicos no empreendedorismo musical, pois enquanto uns levam tempo para produzir outros copiam ou reproduzem o produto já acabado tornando-se assim um prejuízo para o músico que acaba por não conseguir cobrir com os custos incorridos durante as duas primeiras fases de cadeia de produto e valor da música, nomeadamente: criação e reprodução.

¹⁸ Ser recorrermos à teoria microeconómica onde os gostos e preferências são medidos através de úteis (medida cardinal) significa que um aumento dos gostos ou preferências em 1% resultaria em um aumento mais do que 1% da procura da música.

¹⁹ Segundo INE (www.ine.gov.mz)

²⁰ De curta duração, no auge (lançamento de álbum)

CAPÍTULO III- ESTUDO DE CASO EM MOÇAMBIQUE

Tânia Tomé é exemplo de uma artista com talento que tem utilizado os instrumentos e meios de comunicação como forma de divulgar o seu trabalho. E tem alcançado o reconhecimento nacionalmente e sobretudo internacionalmente, tendo ganho imensos e prestigiosos prémios.

Tomé é cantora, compositora, poetisa, declamadora e também economista. Por todas essas qualidades e porque a mesma representa realmente (na opinião da autora) a arte musical em Moçambique, decidiu a autora basear o seu estudo de caso em Tânia Tomé.

Com as suas músicas, tem levado a que a bandeira de Moçambique seja hasteada em outras partes do mundo nomeadamente, Alemanha, Portugal, Brasil, Colômbia, Botswana, Nigéria, Zimbabwe, entre outros países. A sua qualidade e reconhecimento têm permitido pisar nos mesmos palcos com cantores internacionais sobejamente conhecidos como Lokua Kanza, Freshlyground, Asha, Tito Paris, Bonga, Otis, Ze Afonso, Shiwoniso Maraire.

Em Moçambique dividiu projectos e palcos com Mingas, Hortênsio Langa, Roberto Chitsonzdo, Stewart Sukumah, Chico António, João Schwalbach, Júlio Silva, Ildo Ferreira, entre outros.

A sua contribuição na música também se repercutiu através da sua actuação como professora e júri em mais de oito anos em programas de descoberta de novos talentos, nomeadamente o “Fantástico Mini fantástico” na TVM (Televisão de Moçambique), e Tribo Júnior na STV.

Ainda de salientar que Tânia Tomé foi apresentadora e produtora de um programa musical na TVM ao lado de Júlio Silva, programa musical com uma vertente social bastante enraizada.

É dona de um projecto denominado showesia, onde todas as artes que ela mesma é se juntam e interagem numa simbiose espectacular. Através dessa nova abordagem poético-musical com ainda outras artes a mistura, ela trouxe um estímulo e inspiração para uma evolução nas artes.

Vamos colher um pouco da sua história, saber como iniciou o “bichinho” da arte, o que verdadeiramente a influenciou, e como cresceu e adquiriu a maturidade e qualidade que tem hoje. Vamos procurar saber também qual a sua opinião sobre o actual estagio da música e o que ela pensa que se poderá fazer como forma de contribuir para que ela evolua. Conduziu-se uma entrevista a Tânia Tomé, como abaixo se indica:

1. Quando e como iniciou a sua ligação a arte?

A minha ligação à arte inicia-se com três anos de idade, quando comecei a cantar por influência do meu pai cantor e compositor. A música fazia parte de todos os momentos, o que me incentivou bastante a cantar quase como uma necessidade de respirar. A partir daí nunca mais parei, até que aos 7 anos ganhei o meu primeiro prémio; o primeiro lugar do prémio de música da África Austral organizado pela OMS (Organização Mundial de Saúde). Isso possibilitou que todos tomássemos a decisão de eu entrar na Escola de Música, onde estive dos 7 aos 11 anos de idade, onde aprendi particularmente a tocar piano. A essa altura também me lembro de fazer parte da Continuadores, e até de nos concentrarmos na actual Associação dos Músicos Moçambicanos.

Lembro-me que poucos anos mais tarde iniciou-se também a minha ligação com poesia. Mas foi definitivamente aos 13 anos de idade quando participei no meu primeiro sarau cultural, onde cantei, declamei e toquei piano em homenagem ao poeta José Craveirinha.

2. Para além desse prémio aos 7 anos de idade, que outros prémios recebeu ao longo da sua carreira musical? E como se sente com tamanho reconhecimento do seu trabalho, qual o segredo?

Para além desse prémio ganhei o prémio do Festival da Canção organizado pela FEP em 2001 em Portugal, ganhei ainda o prémio de África no Soundcity Music Awards 2010, e fui também nomeada para o Museke African Music Awards 2011.

Sinto-me lisonjeada por fazer parte dos artistas reconhecidos internacionalmente pelo seu trabalho, sem dúvida deixa-me feliz fazer com que um pouquinho de Moçambique seja conhecido em outros cantos do mundo. O mais importante penso, é fazer algo positivo e com qualidade que possa servir de referência para gerações futuras. Não há receitas milagrosas, é necessário ter uma predisposição para as artes, que pode ser despertada ou advir de estímulos quando somos pequenos, o tal talento. É necessário ter boas referências, bons exemplos a seguir, aprender com eles, e encontrar a sua própria identidade musical, a sua unicidade.

Depois é preciso muito trabalho e disciplina, aprender fazendo (Learning by doing). A aprendizagem é um processo contínuo e inesgotável. Em suma muita inspiração e transpiração, porque há sempre espaço para aprender o conhecimento infindo.

Por isso insisto que um ensino primário que inclua actividades artísticas, e estímulos a criatividade e ao empreendedorismo, é crucial para se formar verdadeiros artistas.

3. Salienta mais uma vez a questão das referências, questão que já havia abordado como oradora na palestra sobre indústrias criativas que proferiu na Presidência da República. Poderia aprofundar um pouco mais a importância das referências no processo de aprendizagem musical e contextualiza-lo a nossa realidade?

Nós somos animais de influências, tanto directas como indirectas que temos do ambiente que nos rodeia e das pessoas que nele integram. A aprendizagem penso advém daquilo que bebemos e respiramos como prioritário: as nossas referências. As nossas referências, os nossos modelos que queremos imitar e ou gostaríamos de seguir. São eles no fundo que se apresentam como as primeiras fontes de informação e conhecimento do que pretendemos produzir artisticamente. Nem sempre existe uma consciência absoluta do seu papel no processo criativo e de inspiração do agente criativo, e na maioria o agente nem consegue inclusivamente identificar quais as suas referências. Mas na verdade sempre as temos, e podemos até segui-las e imita-las até de forma inconsciente. Na verdade o processo criativo, poderia se quiséssemos denomina-lo de processo de recriação e transformação, relembrando a celebre citação de Lavoisier “nada se cria, nada se perde, tudo se transforma”. No fundo o que se pretende dizer, é que para ter inspiração e para podermos criar, necessitamos sempre de informação, seja ela consciente ou não, saibamos ou não as fontes ou estímulos. Por essa razão reiteramos a necessidade de processos educativos que incluam a criatividade e arte.

Toda esta questão é extremamente importante, pois por aqui se percebe como toda uma sociedade pode acabar alienada por outros valores, e como a produção oriunda de falta de talento e criatividade em economias de mercado nos pode levar a criação de efeitos nefastos relacionados com a “comodificação”. É que nos últimos anos na realidade moçambicana, e falemos em particular da música embora se estenda a múltiplas realidades em outros sectores produtivos e criativos, vão emergindo um conjunto de agentes culturais que não tem como base o seu processo de produção e criação o seu talento e habilidade. E o mais espantoso é que através de todo um sistema (actores fundamentais no mercado - Stakeholders) a funcionar ou não a seu favor eles tornaram-se a suposta referência no mercado. O que é bastante grave, pois a mediocridade deixa de ser excepção passando a ser regra, criando a aparente ilusão de que tudo é fácil de se alcançar, ou que mesmo sem

trabalho, sem esforço, sem talento e sem qualidade pode se ser um artista de sucesso ou agente criativo e cultural.

4. Já agora quais as suas referências musicais? Sabemos igualmente que já partilhou o palco com diversas referenciais e celebridades musicais, com quem gostou mais de partilhar o palco?

Uf, bebi muita coisa, mas continuo a gostar de aprender muito, com meu pai, meu marido, ambos músicos e muito bons compositores. E também com muitos artistas que vou tendo a oportunidade de cruzar ao longo do caminho.

Também gosto da Rachel Ferrel, Otis Reding, Etta James, Chaka Khan, Richard Bona, Lokua Kanza, Tito Paris, Djavan, Ed Motta. O meu lado mais afro também gosta de Sara Tavares, Chiwoniso Maraire, Oliver Mutokusi, Fela Kuti entre outros. Gostei muito de partilhar o palco com o Lokua Kanza, é uma pessoa tão simples! Conhece-lo foi uma oportunidade impar, conversar com ele tem sido fantástico, e felizmente vamos dialogando de vez em quando, ele gostou muito da minha música Nhi Ngugu Haladza, e já tinha dito que era bonita, mesmo antes de eu ter ganho o prémio de África 2010. E como se ele fosse visionário. Este ano fomos ambos nomeados na mesma categoria no Museke African Music Award, foi a coisa mais gratificante que me aconteceu. Também gostei de estar com Tito Paris, crescemos a ouvi-lo, e eu tive a oportunidade de estar com ele na Casa da Morna, em Lisboa, foi espectacular porque ele é realmente muito simples e dono de uma voz única. Quase ninguém sabe mas o Tito toca magistralmente piano. Mas devo acrescentar que a figura realmente mais importante é realmente aquela que sempre esteve ao meu lado desde o início de toda a minha vida musical, o meu pai, que sempre cantou comigo, e que foi e é uma grande influência na minha música e na minha composição.

5. Como é que se considera enquanto artista. Cantora, poetisa, declamadora, actriz?

No fundo a arte de cantar e de compor é a minha primeira arte e que me acompanha há muitos anos, desde os meus 3 anos de idade, e que influencia todas as outras artes em que estou envolvida. Para além disso, é o campo artístico onde obtive mais prémios internacionais. Hoje sou também conhecida como poetisa porque quando surgiu em Moçambique em 2003, a poesia não tinha um espaço próprio, não era tão popular. Com a performance que criei e com o projecto Showesia onde juntei outras artes a poesia como a música, dança, teatro em simultâneo no mesmo palco, creio que terei despertado interesse

em algumas pessoas. Existem outros factores por detrás disso, mas não devo contar aqui (risos). O que é mais importante para mim é poder tido oportunidade de apoiar musicalmente muitos talentos aquando dos meus sete anos como professora e júri de concursos de descoberta de novos talentos musicais. Também tive oportunidade de participar em algumas series televisivas em Portugal, com destaque para Água Viva na RTP, eram os primeiros passos na interpretação dramática.

Mas devo insistir que em qualquer uma das artes faço muito pouco, porque as minhas 8 horas por dia profissionais, são para minha actividade de consultoria financeira e bancária. Não obstante as artes por outro lado são a minha vida, não vivo sem elas, correm-me no sangue, preciso delas para respirar.

6. Mas então como relaciona o seu curso superior de Economia, com a sua actividade artística, não é paradoxal? Qual o contributo da sua formação profissional para as actividades artísticas que desempenha?

Economia sempre foi o curso que quis fazer, sempre tive isso assente desde os 13 anos de idade. E desde cedo que desabrochava esse interesse pelo lucro, pelas finanças, e pela gestão, sempre adorei matemática. O meu primeiro trabalho foi aos 12 anos numa dobragem, adorava a locução. Aos 14 fazia colares de missangas e vendia na escola, a crédito. Era interessante porque para comprar o material pedia um empréstimo aos meus pais. Eu gosto muito da minha profissão, não conseguiria suportar viver sem isso. Para alinhar mais a Economia a Gestão, depois da minha licenciatura em Economia fiz a Pós-graduação em Auditoria e Controlo de Gestão.

É exactamente essa profissão que tenho vindo a exercer ao longo destes últimos 9 anos na banca moçambicana.

É muito interessante porque a minha profissão e a minha visão de economista e gestora, tem-me ensinado a lidar com a minha vida artística de forma diferente. Pois com os conhecimentos que tenho de gestão de negócios, isso acaba a ser uma boa orientação para a criação de um produto artístico rentável. Utilizo também as ferramentas de comunicação e jurídicas para fazer uma gestão adequada do meu produto artístico. No actual momento existe o produto musical Tânia Tomé, produto poético Tânia Tomé e ainda o produto Show sia.

Devo dizer que é no entanto um desafio enorme, pois as condições de mercado e o ambiente de fomento, a produção artística (instrumentos legais e de incentivo) e sua rentabilização em Moçambique ainda não estão devidamente criados e estabelecidos.

7. Soubemos que participou como oradora da palestra “O Papel da Cultura na Produção de Riqueza”, podia nos falar um pouco disso, sobretudo no que toca a música?

A missão de abordar a cultura como veículo de desenvolvimento é um grande desafio, sobretudo num país em que a cultura é quase sempre e unicamente abordada tão-somente em termos antropológicos e sociais, e onde as actividades artísticas e criativas não são consideradas ainda como profissões académicas ou intelectuais.

Por outro lado não existe um mapeamento das actividades artísticas/ e muitos poucos registos ou documentos que possam servir de base para formular e ou defender a hipótese da cultura como veículo de desenvolvimento. E a questão da informalidade de grande maioria das indústrias criativas é considerável, tornando bastante difícil medir convenientemente o impacto das mesmas na renda nacional, e a ter indicadores precisos da rentabilidade de cada actividade em particular.

Mesmo assim e reformulando a hipótese para a economia criativa como estratégia de desenvolvimento e redução da pobreza, deixo ficar alguns itens do impacto social e económico que as actividades artísticas culturais têm para toda uma sociedade ainda que de forma basilar e generalista. E recomendo que leiam o documento integral que elaborei para essa floresta, para um aprofundamento maior.

Destacam-se:

- As actividades artísticas e culturais são catalisadoras de esforços de revitalização na comunidade e podem fazer a diferença na saúde, no crime, no emprego e na educação etc. Exemplos (Festival de Medellin, Festival da Cultura, Festival Showesia sobre a paz, etc).
- A educação e formação nas artes são cruciais para desenvolver as habilidades dos jovens e desenvolver uma base de capital humano.

- Só com essa capacitação e sobretudo desde tenra idade, a mentalidade e o conhecimento se tornam verdadeiros pilares para criar e mover o motor do desenvolvimento.
- A cultura é um agente de expressão, de preservação, de afirmação de diversidade. Transmite identidade nacional e confiança.
- A economia criativa é uma opção viável para a promoção do desenvolvimento humano, por melhorar a qualidade de vida das pessoas.
- A criatividade é um recurso abundante, enquanto os outros factores de produção são escassos.
- A cultura é uma componente chave do mercado de turismo, o turismo cultural é um motor económico essencial.
- As indústrias criativas podem então ser potencialmente contribuidores do indicador de rendimento (PIB).
- Contribuição das indústrias criativas para as exportações

Todas as questões são transversais ao sector da música, que é potencialmente um grande vector de geração de riqueza a um nível mais micro para o próprio artista, e ao nível mais macroeconómica na sua contribuição ao PIB e exportações do país.

Para isso ser possível é necessário que tais artistas sejam talentosos e apresentem produtos musicais de qualidade. Por outro lado a música tradicional que é abundante ainda pouco explorada pode ser também um veículo de criar um produto único e diferente que possa estimular o turismo e as exportações.

Não existe um ambiente de mercado que permita a existência adequada de estímulo a produção criativa, muito menos a sua comercialização e consumo. Constata-se no entanto que as indústrias musicais podem e efectivamente criam empregos e riqueza, dando o impulso a economia para o seu desenvolvimento sustentável. Mas é no entanto necessário fazer face a muitos desafios, para permitir que se criem verdadeiros produtos musicais favoráveis ao crescimento e desenvolvimento.

8. Quais são então os principais desafios que a indústria musical enfrenta?

A estabilidade política e macro económica são condições necessárias para a produção da riqueza. Em Moçambique as barreiras para o desenvolvimento da economia criativa tem que ver na generalidade do baixo nível de desenvolvimento e da história colonial. Não obstante padece igualmente de problemas com a pobreza, falta de governança, administração ineficiente, modelos de desenvolvimento baseados em lucratividade económica de curto prazo, dívida externa, corrupção desenfreada, má redistribuição da riqueza etc. Em consequência disso o desenvolvimento da economia criativa tem que fazer face ao baixo nível educacional e recursos humanos, escassez de recursos financeiros e infra-estruturas, ausência de protecções dos direitos de autor e da propriedade intelectual, falta de legislação cultural adequada, ausência de políticas culturais coerentes, políticas tributárias e alfandegarias prejudiciais, alienação cultural, a espoliação do património cultural e do conhecimento tradicional, ausência de informações e dados de pesquisas confiáveis etc.

Destacam-se assim os desafios a indústria musical:

- Mentalidade
- Financiamento
- Pirataria
- Comodificação
- Qualidade
- Quadro legal e benefícios
- Direitos do autor
- Profissionalização (Projecto/plano de negócio, Contractos)
- Domunicação (Globalização)
- Responsabilização

9. Para finalizar que recomendação deixa ficar para que se consiga alcançar uma indústria musical mais desenvolvida e mais rentável?

A profissionalização dos agentes musicais é fulcral para que as suas actividades se possam integrar no mercado, de modo que a cadeia produtiva possa trabalhar do começo ao fim, desde a criação, distribuição, comercialização até ao consumo. Permitindo que o mercado faça a selecção do produto musical, de acordo com o talento e qualidade produzidos.

Tal implica que os mesmos se regulem pelos princípios de mercado, procurando criar uma gestão adequada do negócio criativo, incluindo as questões jurídico-legais que os protegem como produtores (contractos, patentes, marcas entre outros). Tal só poderá acontecer efectivamente não só com a mudança de abordagem e mentalidade acerca destas actividades em primeiro lugar e sobretudo com capacitação e formação nas áreas acima citadas.

A criação de incubadoras para música que permita que exista uma infra-estrutura criada/arrendada onde os agentes criativos, possam fazer o uso dos mesmos equipamentos e espaço, onde possam fazer a partilha dos custos administrativos, onde possam interagir e aprender uns com os outros, e onde exista uma organização mãe que apoia e dá formação e apoie na gestão de negócios de cada agente criativo (empresas, associações, indivíduos) até que os mesmos se pudessem tornar autónomos, seria um bom começo.

A meu ver outra necessidade e desafio é a de criar uma “carteirinha profissional” que identifica cada agente criativo, nos produtos e bens que realiza. Essa carteirinha poderia ser atribuída na base da experiencia e dos trabalhos já realizados e ou realizando exames práticos ou teóricos pelas organizações representativas daquela actividade em especial. A carteirinha devia atribuir um nível, grau consoante a qualidade do produto e serviço criativo. As instituições próprias como Escola de Artes da Universidade Eduardo Mondlane, que em conjunto com a Associação dos Músicos pode encontrar a melhor forma de criar essa avaliação nos diversos estilos musicais, desde os mais tradicionais até aos mais modernos, tendo em conta peculiaridades e características de cada estilo e produtor musical.

Essa carteirinha devia ser apresentada como alvará da actividade, e seria fulcral para que os consumidores ou intermediários no processo produtivo de aquisição do bem ou serviço pudessem tomar a sua decisão com o conhecimento adequado. A mesma deveria servir de

base e argumento para os patrocinadores/financiadores tomarem a decisão de investir ou apoiar determinada actividade.

A carteirinha também possibilitaria a criação de um registo efectivo de todas actividades criativas em funcionamento efectivo em Moçambique, possibilitando um mapeamento por tipo de actividade, dimensão e região.

Outro aspecto é criar um selo criativo, na mesma medida que o selo Made in Mozambique que permita um maior estímulo a profissionalização e formalização dos agentes e suas actividades, como também da qualidade produzida desses produtos e serviços criativos.

O grande aspecto a reter é que as indústrias criativas mesmo seguindo princípios económicos não devem perder de vista o papel social e identitário que os torna produtos e serviços criativos de Moçambique. É precisamente essa natureza local que cria o factor diferenciador dos produtos tanto no mercado nacional como internacional, estimulando as exportações e o turismo.

Nessa formulação para o desenvolvimento alguns princípios importantes a reter e necessidades a serem colmatadas:

- Necessário fazer o mapeamento e avaliar os recursos, infra-estrutura, investimentos e seus resultados
- Desenvolver colecta de dados e metodologias de classificação, de análise e comparação de dados com base no nosso contexto
- Necessidade de protecção e execução dos direitos de propriedade intelectual (criação de sociedades de arrecadação)
- Abordagem integrada (em simultâneo todos stakeholders)
- Transformar compromentimentos em acções
- Pensamento de longo prazo
- Política cultural com abordagem económica (produção, distribuição, consumo etc.)
- Inclusão da cultura na estratégia para a redução da pobreza

- Associar as actividades culturais as tecnologias de informação e comunicação
- Aprender fazendo

10. Que mensagem deixa ficar aos músicos?

Que nunca desistam dos seus sonhos, tentando sempre alcançar um grau de profissionalização que permita ter qualidade e factor diferenciador no seu produto musical. Que aprendam a ser mais exigentes e a exigir pelos seus direitos quando têm que fazer um trabalho, desde exigir um contrato até o pagamento pelos seus serviços musicais. Que procurem aprender ao máximo como fazer a gestão do seu produto musical, incluindo a utilizar as ferramentas de comunicação para divulgar o seu produto. E que sejam sempre autocríticos e saibam sempre fazer uma auto-avaliação do seu trabalho, não permitindo que injustiças aconteçam no que diz respeito a distribuição de riqueza. Que sigam o princípio do “learning by doing” (aprender fazendo), pois o homem não nasce a andar, gatinha primeiro, por isso o caminho da aprendizagem deve acompanhar o artista sempre.

Só com talento, árduo trabalho e disciplina, qualidade e factor diferenciador poderemos tornar a indústria musical num verdadeiro motor ao desenvolvimento.

3.1. BIOGRAFIA DA TÂNIA TOMÉ

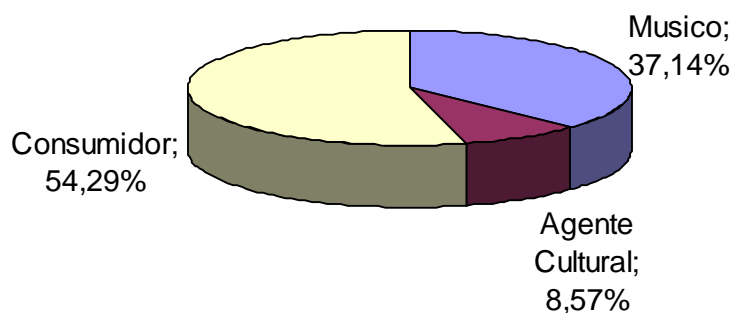
É licenciada em Economia e Pós-graduada em Auditoria e Controlo de Gestão. Formada pelo Curso Técnico de Empreendedorismo e Projectos de Investimento pela Certform e Curso Técnico de Contabilidade e Fiscalidade pela Certform. Prémio Académico Fundação Mário Soares 2003 (Portugal- África). Foi Consultora Financeira da Ernest Young (2003), Analista de Risco de Crédito em Instituições financeiras de (2004 a 2007), e Chefe de Crédito e Mitigação de Riscos, Chefe do departamento de Investimento e Chefe de Novos Negócios na Agencia de Desenvolvimento GAPI (2007 a 2010). É consultora nas áreas financeira, de gestão e de projectos, e promotora de empreendedorismo e de indústrias criativas. Actualmente desempenha as funções de Directora na Empresa Ekokaya Lda, É membro da Associação dos Economistas de Moçambique AMECON e da plataforma de investimento BidNetwork. É também cantora, compositora e poetisa tendo ganho, Prémio de música da África Austral pela OMS 1988 (Organização Mundial de Saúde), Prémio Festival da Canção 2001, (Fep Portugal, Porto), Prémio de Poesia 2005 (BIM), Prémio de Música de África 2010 (Soundcity Music Awards), Nomeada para Museke African Music awards 2011, Seleccionada

para o Prémio de Poesia Portugal Telecom 2011. É membro da Associação dos Músicos, Membro da Associação dos Escritores Moçambicanos, Membro correspondente da Academia Rio Grandina de Letras Brasil, Membro dos poetas del Mundo e Presidente da Associação Showesia.

CAPÍTULO IV - ANÁLISE DOS DADOS DA PESQUISA

Do total de 40 inqueridos 35 responderam a questionários dentre os quais 54% consumidores, 37% músicos e os restantes 9% agentes culturais. (vide Gráfico 1 abaixo)

Gráfico 1: Percentagem das Respostas por Grupo Inquirido

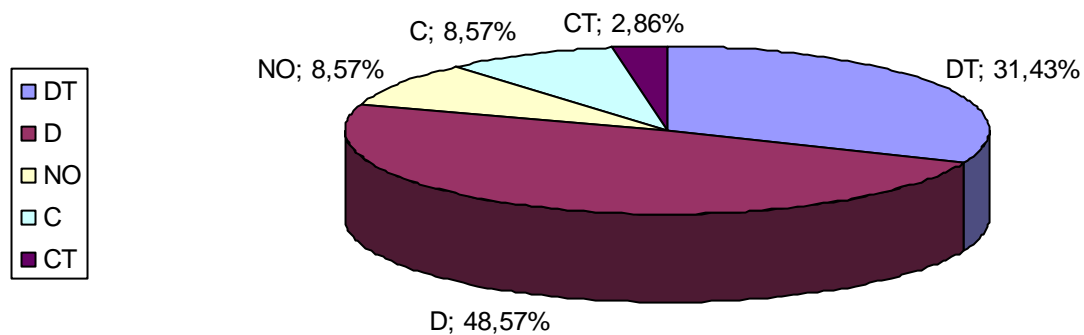


Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados do apêndice 1.

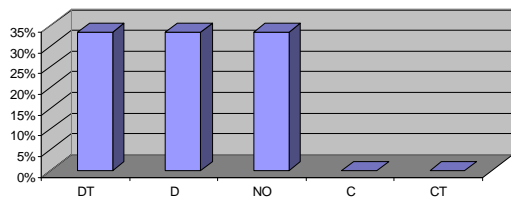
4.1. POLITICAS GOVERNAMENTAIS PARA OS MÚSICOS

Nota-se que há insuficiência de políticas do governo respeitantes aos músicos, embora haja respostas contraditórias entre os músicos, agentes culturais e consumidores onde, 53.33% dos consumidores concordam totalmente com a existência de políticas para os músicos em contraste dos 61.54 % e 33.3% dos músicos e agentes culturais, respectivamente, que discordam da existência de políticas definidas para os músicos.

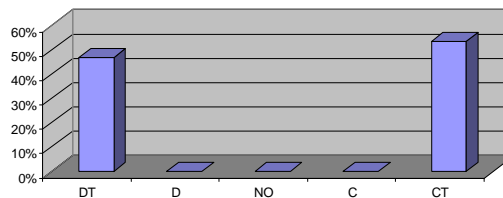
Gráfico 2: As políticas do Governo de Moçambique no respeitante aos músicos são suficientes



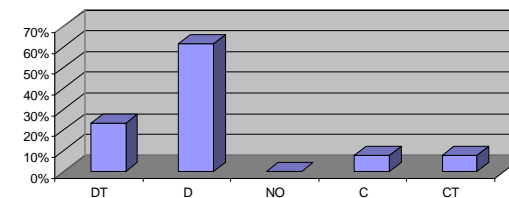
Agentes Culturais



Consumidores



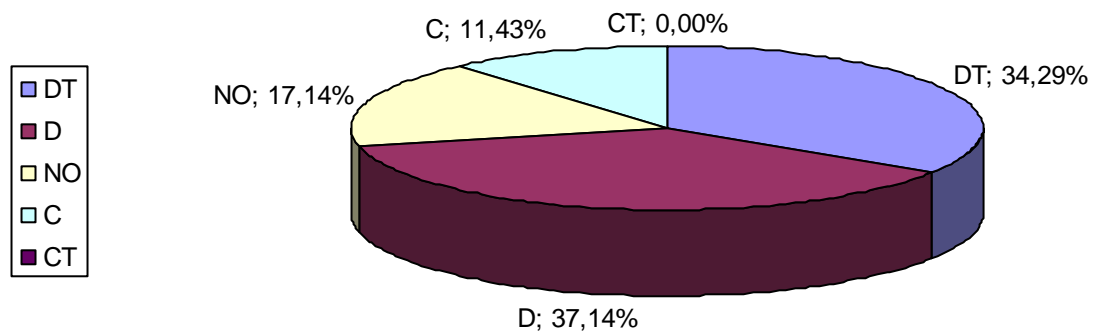
Músicos



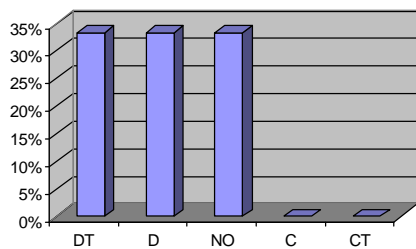
Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados do apêndice 1.

Deste facto, depreende-se que, além da insuficiência de políticas, as já existentes carecem de divulgação/regulamentação associadas a uma ineficaz e ineficiente fiscalização. Isto contribui para a ausência de um ambiente propício para a produção sustentável da música. Conforme podemos constatar pelas respostas dadas pelos consumidores, agentes culturais e os músicos (Gráfico 3).

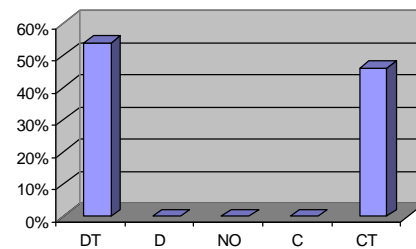
Gráfico 3: O Governo desempenha o seu papel na criação do ambiente propício para a produção sustentável da música



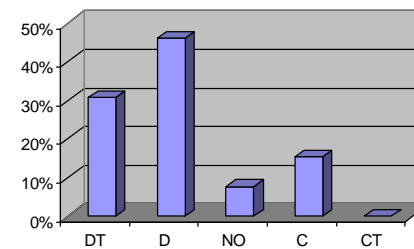
Agentes Culturais



Consumidores



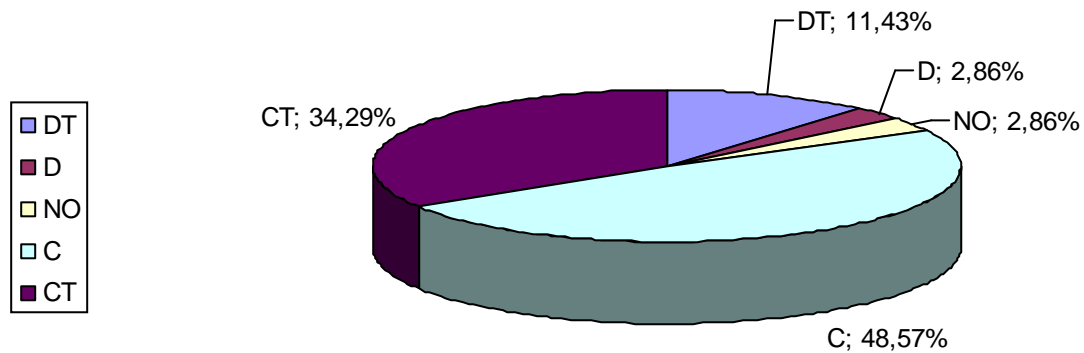
Músicos



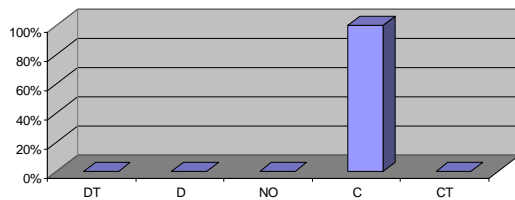
Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados do apêndice 1.

Quanto à organização dos músicos, tanto os consumidores como os agentes culturais e os próprios músicos são unânimes em afirmarem que os músicos encontram-se bem organizados, em que 75% dos consumidores concordam totalmente, 100% dos agentes culturais concordam e 53,85% dos músicos concordam. Esta afirmação contradiz as observações empíricas, pois tem-se verificado que os músicos moçambicanos não conhecem os seus direitos autorais (direitos dos músicos) em que 80% dos consumidores concordam totalmente que os músicos não conhecem os seus direitos; 61,54% dos músicos também concordam com os consumidores e por sua vez 100% dos agentes culturais concordaram totalmente.

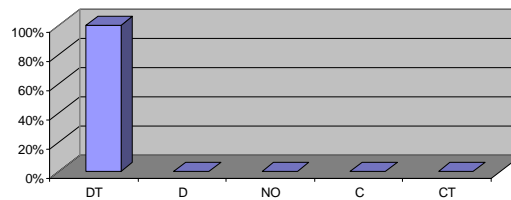
Gráfico 4: Os músicos não beneficiam dos seus direitos autorais da propriedade intelectual



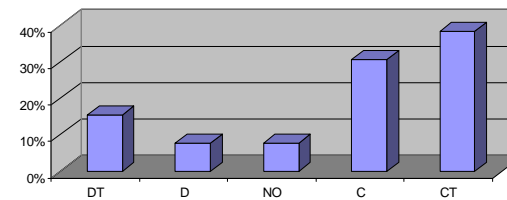
Agentes Culturais



Consumidores



Músicos



Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados do apêndice 1.

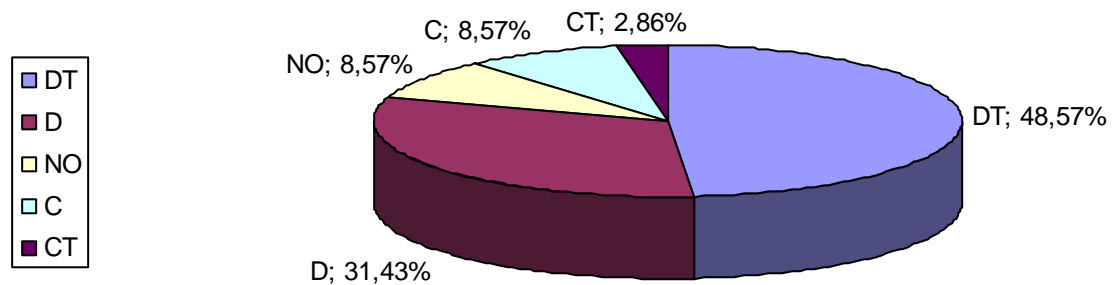
Do gráfico 4 acima surge a seguinte questão: Será que os músicos estão bem organizados? Se afirmativo, qual é que deve ser o seu papel na exigência dos seus direitos e deveres? Para complementar a pergunta, pode-se ainda questionar porque é que alguns músicos actuam isoladamente e sem nenhum apoio e sucesso? Face a estas perguntas é notória a fraca organização dos músicos em geral o que contribui para a exclusão entre os mesmos.

4.2. SUSTENTABILIDADE DA MÚSICA MOÇAMBICANA

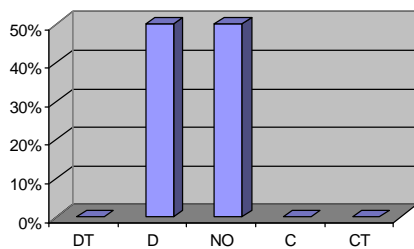
Apesar de muitas músicas moçambicanas serem tocadas no espaço temporal de curta duração isto é, quando o álbum é lançado as suas músicas são tocadas, em quase todo o país, seguidas de um período em que já nem se escutam (músicas de curta duração, isto é totalmente comerciais), a maioria dos respondentes do questionário defendem que a música moçambicana tem qualidade. Estes casos podem ser representados pelos 50% dos agentes culturais que discordam que a música moçambicana não tenha qualidade, 62,5% dos consumidores discordam totalmente, 53,85% dos músicos discordam total e 30,27% dos músicos discordam.

O gráfico 5 abaixo mostra a percentagem das respostas sobre o estágio da qualidade da música moçambicana.

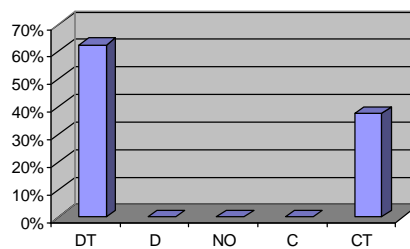
Gráfico 5: A música moçambicana não é de qualidade e por isso não tem muita aceitação



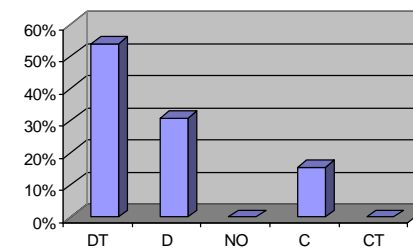
Agentes Culturais



Consumidores



Músicos

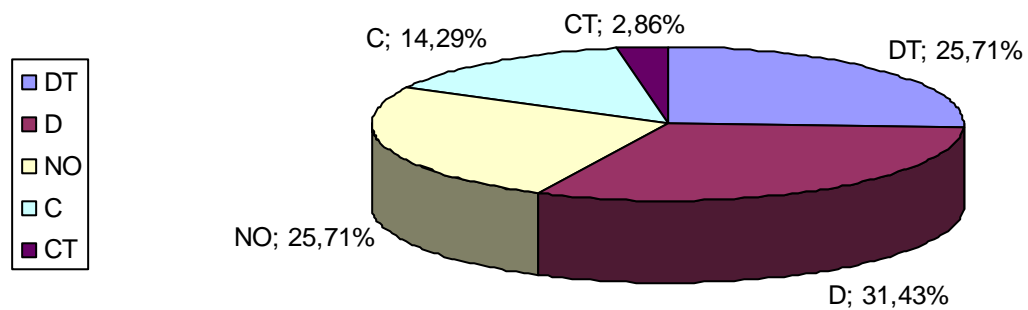


Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados do apêndice 1.

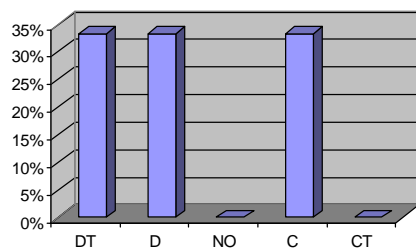
4.3. RENDIMENTO PROVENIENTE DA MUSICA VERSUS SUSTENTABILIDADE DA MÚSICA

Tanto os músicos como os agentes culturais afirmam que o rendimento proveniente da música é muito baixo (insignificante) criando assim falta de condições para o músico manter a sua família. Por seu turno, os consumidores da música responderam positivamente, isto é, o rendimento ou as receitas provenientes da música são suficientes para o músico sustentar a sua família.

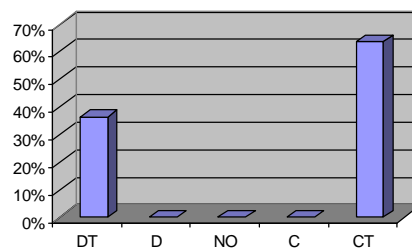
Gráfico 6: O rendimento proveniente de música permite a sustentabilidade do músico



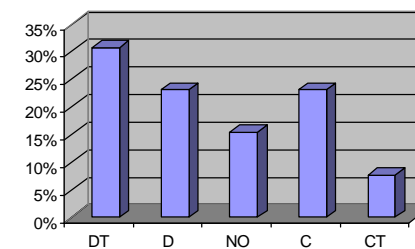
Agentes Culturais



Consumidores



Músicos



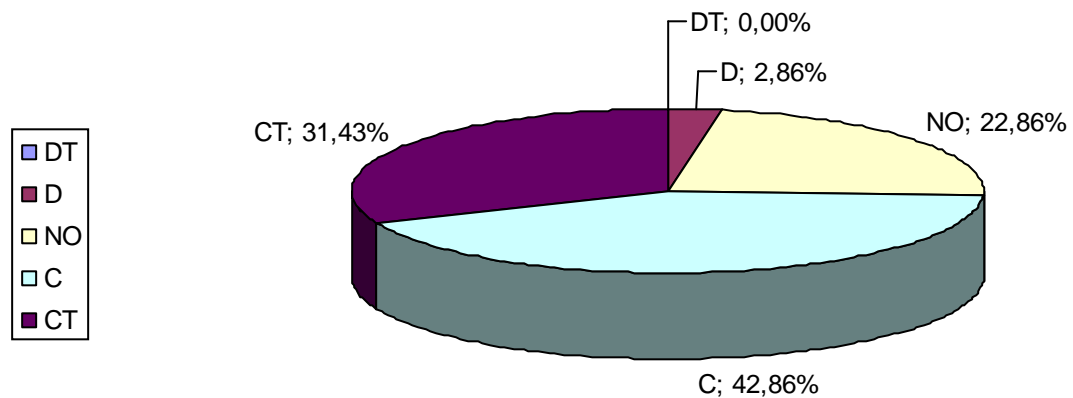
Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados do apêndice 1.

A leitura que se faz do gráfico 6, acima, é de que, 33,33% dos agentes culturais discordam totalmente, 33,33% dos agentes culturais discordam, 30, 77% dos músicos discordam totalmente, 23,08% dos músicos discordam, em contraste dos 23,08% dos músicos que concordam e 63,64% dos consumidores concordam totalmente.

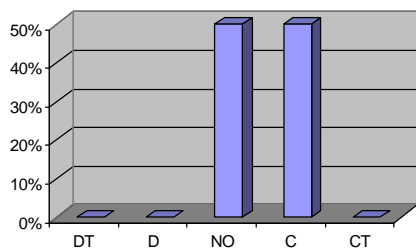
Tendo em conta as respostas manifestadas pelos músicos e agentes culturais e associando ao seu papel preponderante na sociedade através da divulgação das mensagens via musica, teatro entre outros, a falta ou a baixa remuneração das músicas pode, em parte, justificar porque algumas músicas moçambicanas não têm qualidade (conteúdo), pois vendo o músico a impossibilidade de obter alguma receita através da musica, acaba se dedicando a outras actividades remuneráveis limitando assim o tempo de investigação e inovação musical.

Os músicos associados em cooperativas poderão facilmente alcançar a sustentabilidade. Esta afirmação sustenta-se pelo facto de 50% dos agentes culturais concordarem totalmente, 46,15% dos músicos concordam, 15,38% dos músicos concordam totalmente e os consumidores abstiveram-se de responder a esta questão. O gráfico 6 abaixo retracta a perspectiva da união dos músicos em cooperativas.

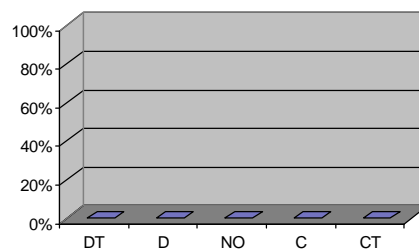
Gráfico 7: Os músicos unidos em cooperativas poderão mais facilmente atingir a sua sustentabilidade.



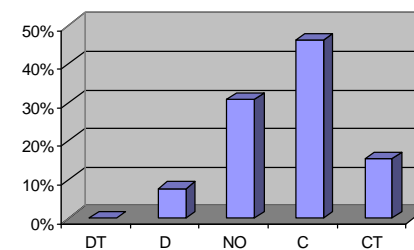
Agentes Culturais



Consumidores



Músicos



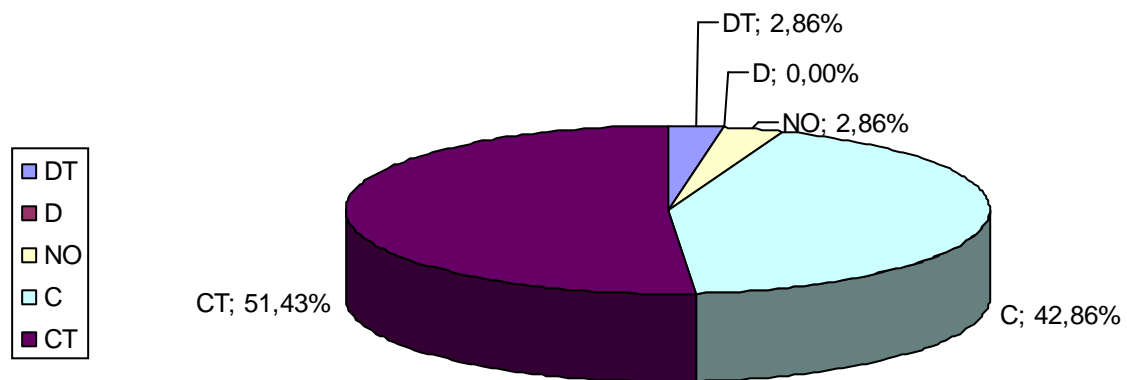
Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados do apêndice 1.

Trabalhando em conjunto, os músicos, podem reduzir o custo médio das suas despesas, e em simultâneo poderão emitir recibos, descontar para a segurança social, criando assim condições de garantir a sua reforma, e contribuir nas receitas fiscais do país, em que parte destas podem ser usadas para apoiar os próprios músicos. As empresas poderão contratar os seus serviços na certeza de que será um custo que pode beneficiar de alguma isenção fiscal.

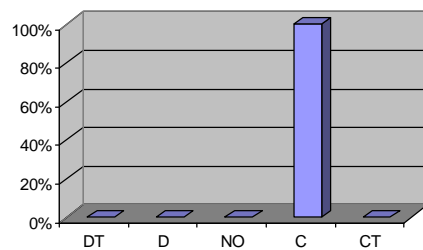
4.4. EMPREENDEDORISMO MUSICAL EM MOÇAMBIQUE

Para falarmos do empreendedorismo musical, é importante em primeiro lugar referirmo-nos à formação dos músicos. Os inquiridos são unânimes em afirmar a necessidade da formação dos músicos. O gráfico 8 abaixo mostra a percentagem das respostas em relação à questão.

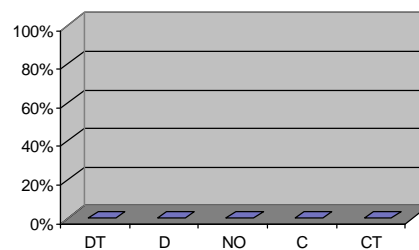
Gráfico 8. Os músicos podem ser empreendedores



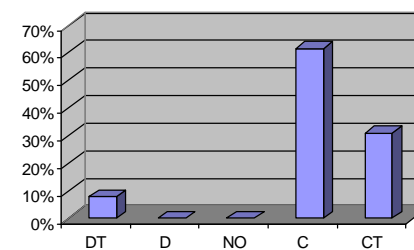
Agentes Culturais



Consumidores



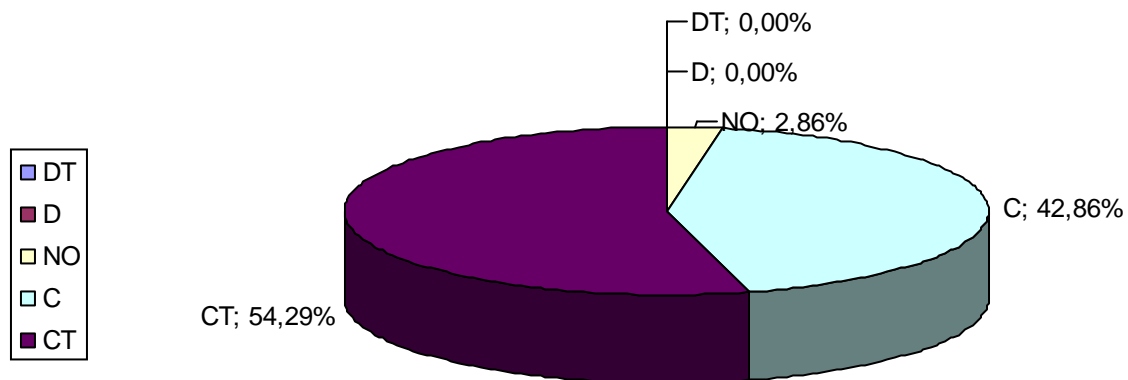
Músicos



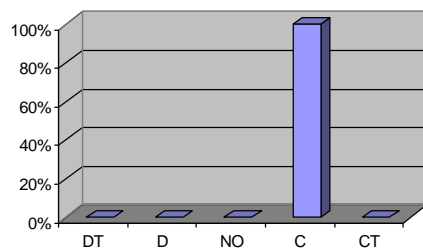
Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados do apêndice 1.

A criação de incubadoras (centro de formação e gestão) é necessária para apoiar o músico empreendedor em matérias de gestão. Sobre esta questão, dos inquiridos, 100% dos agentes culturais concordam, 38,46% dos músicos concordam, 53,85% dos músicos concordam totalmente e os consumidores não responderam à questão. Vide o gráfico 9 abaixo.

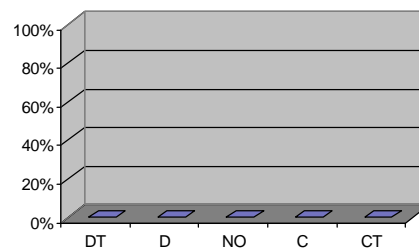
Gráfico 9: Há necessidade de criação de incubadoras (centro de formação e gestão) para ajudar os músicos a tornarem-se empreendedores de sucesso



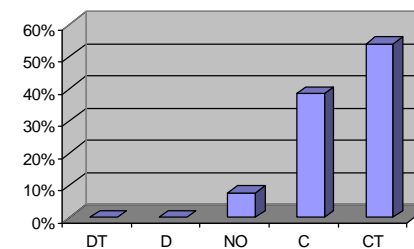
Agentes Culturais



Consumidores



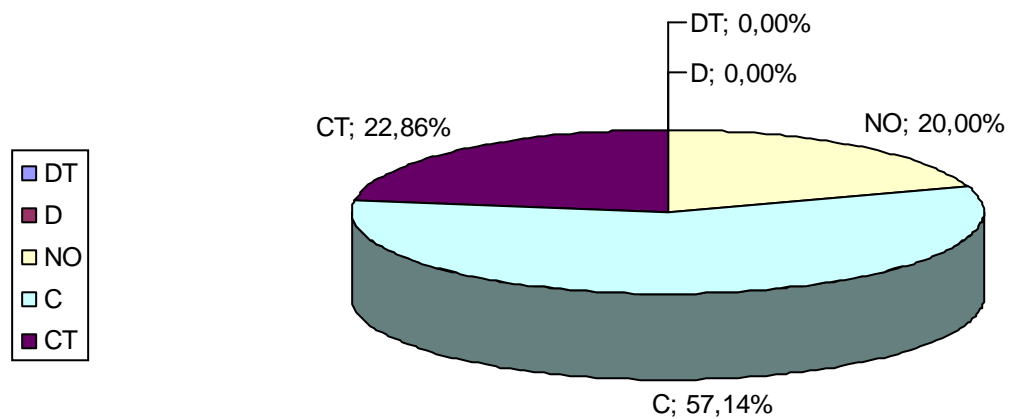
Músicos



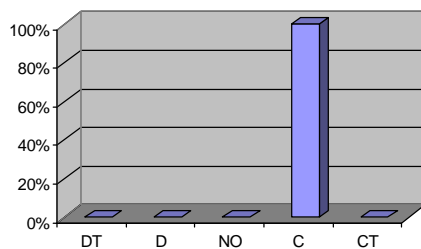
Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados do apêndice 1.

Sendo a gestão e o empreendedorismo aspectos interligados isto é, para ser um bom empreendedor é preciso conhecer os conceitos, pelo menos básicos, de gestão.

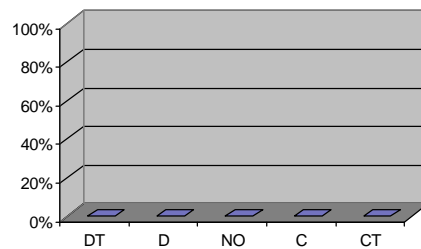
Gráfico 10: O músico carece de conhecimentos de gestão



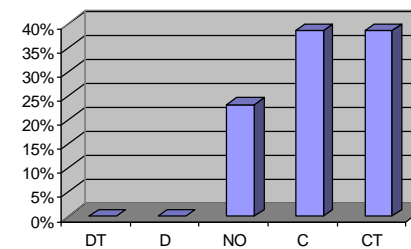
Agentes Culturais



Consumidores



Músicos



Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados do apêndice 1.

Assim, dos gráficos 10 acima pode se constatar que enquanto consumidores se abstêm da ideia de que os músicos podem ser empreendedores (não tendo respondido à questão), 100% dos agentes culturais concordam, 61,54% dos músicos concordam e 30,77% dos músicos concordam totalmente.

CAPÍTULO V - CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

5.1. CONCLUSÕES

Pelas análises feitas conclui-se que:

As políticas do Governo sendo insuficientes, para além das que existem de não estarem a ser devidamente implementadas, contribuem para a ausência de um ambiente propício a que a música se torne sustentável. Logo, a longo prazo a situação tende a piorar, os músicos cada vez menos poderão contar com a música para o seu sustento e em simultâneo a sociedade não poderá beneficiar-se da música de qualidade. Sendo assim, o contributo da música a nível do PIB irá reduzir cada vez mais.

Os músicos carecem de organização e de conhecimento dos seus direitos e deveres autorais, assim como de conhecimentos de gestão, de forma a garantir o sucesso do seu empreendedorismo. A sua falta de organização torna-se um factor limitativo aos possíveis apoios institucionais assim como governamentais.

A música moçambicana é valorizada apesar dos rendimentos delas provenientes serem baixos. Isto foi notório aquando das respostas nos inquéritos sobre o estágio da sua qualidade onde aproximadamente 80% dos respondentes, de entre os agentes culturais, consumidores e músicos confirmaram positivamente a questão.

Os músicos carecem de formação profissional na sua área, assim como noções básicas de gestão, de forma a tornarem sustentáveis os seus projectos empreendedores. Desta maneira pode-se visionar um aumento de rentabilidade do seu negócio, logo uma possível contribuição para o crescimento económico do país.

Os músicos unidos em cooperativas poderão facilmente buscar meios para reduzir custos e aumentar os lucros do membro.

5.2. RECOMENDAÇÕES

A partir do pressuposto de que o empreendedorismo aprende-se, recomenda-se a inclusão da disciplina de empreendedorismo Musical em particular, e cultural em geral, em todo o sistema de educação, desde a primária até as Universidades, para que as crianças descubram cedo os seus talentos desenvolvendo-os até à sua formação. No mesmo âmbito dois dos inquiridos, o

Dr. José Manuel Barradas, de nacionalidade portuguesa, o Mestrado Elias Madeira de nacionalidade brasileira, assim como a Dra. Tânia Tomé de nacionalidade moçambicana, comungam das mesmas ideias de que a música deve ser incluída nos programas curriculares do ensino básico. Para além do aspecto de entretenimento, e cito o Dr. José Manuel Barradas “...*A música estimula aprendizagem e é um elemento essencial no desenvolvimento do intelecto. É entendida como um dos melhores métodos de relacionar o domínio cognitivo com o domínio psicomotor, de tal forma que deve ser incluído nos programas curriculares do ensino básico.*”

A introdução da disciplina de noções básicas de gestão nas escolas técnico-profissionais, em particular nas escolas em que se estude música, de forma a colmatar a deficiência que quase todos os empreendedores têm na gestão dos seus projectos, habilitando-os assim a entrarem no mercado de trabalho já capacitados para empreender, visto já serem portadores das ferramentas basilares para poderem montar a sua pequena empresa. Mais uma vez o Dr. José Manuel Barradas mencionou que “...*esta escola deve promover a mobilidade e empregabilidade dos seus formandos bem como a divulgação da arte Moçambicana no exterior.*” É frequente encontrarmos recém-formados no ramo das artes a desenvolverem tarefas em sectores que muita das vezes não têm nada a ver com arte, mas por uma questão de sobrevivência são obrigados a fazê-lo, em particular na área da música, quando no contexto mundial a música é tida como a segunda maior fonte de rendimento depois da venda de armamento.

Não obstante as medidas tomadas pelo Governo no combate à “pirataria” e vendas de músicas sem autorização, urge a intervenção do governo como entidade reguladora através de uma acção prática, onde a destruição imediata dos objectos pirateados bem como a punição do cidadão encontrado sob posse do objecto pirateado. Neste campo a sociedade em geral desempenha um papel importante através da não aquisição de material pirateado. Para o músico da velha guarda Faife Nhaca, um dos principais desafios que a indústria musical enfrenta é precisamente a pirataria assim como falta de patrocinadores para gravação das músicas. Doravante a acção do Governo contra a pirataria deve ser uma constante e não uma acção esporádica.

Sendo que o músico precisa de apoio “*e o apoio para os músicos não é abrangente*” é urgente que os músicos cada vez mais se aproximem das suas associações e que os apoios e patrocínios sejam canalizados para a organização por forma a contemplar aos demais músicos,

porque quando os fundos não são direccionados beneficiam uns em detrimento dos outros contribuindo assim para a insustentabilidade da música nacional. Neste contexto podemos parafrasear o agente cultural de reconhecida experiência, o inquirido Aurélio Le Bon, que afirmou “*A Associação dos Músicos de Moçambique pode e deve ter um papel importante e decisivo. Os artistas devem associar-se e participar da sua Agenda Global de Desenvolvimento.*”

O consumidor Adair Simão, gestor de crédito de profissão, e que possui familiares músicos adiantou “*...as palestras na Associação dos Músicos poderá de facto ajudar com ferramentas de capacitação para gestão e empreendedorismo dos artistas e melhor proveito do seu talento musical.*”

Durante uma entrevista no Programa Moçambique em Concerto da TVM, com o Apresentador Premiado Gabriel Junior, Elvira Viegas afirmou que existem as ferramentas legais, mas o que falta é implementação e regulamentação das mesmas. Neste contexto, pode-se verificar que o documento “*...Estratégia de Emprego e Formação Profissional em Moçambique 2006-2015*”, aprovado pela 5ª Sessão Ordinária do Conselho de Ministros desde 14.03.2006, já há alguns anos, no seu Capítulo 3, Opções Estratégicas, no ponto 3.3 Princípios, alínea f) refere: “*...O sector privado deverá assumir o papel de principal investidor, apostando em empreendimentos rentáveis que irão aumentar o emprego, gerar receitas e promover a*”, terminando com a seguinte frase “*...Isto pressupõe a promoção de um ambiente que valorize a iniciativa, cultura empresarial e o empreendedorismo.*” Pois o Governo é um dos “*stakeholders*” para a criação do ambiente propício ao empreendedorismo, e neste caso específico, ao empreendedorismo cultural na vertente da música.

Já em Março de 2004 foi feito um relatório para o Secretário-geral das Nações Unidas sobre o tema “*Desencadeando o Empreendedorismo – o poder das empresas a serviço dos pobres*”, em que a Dra. Luísa Diogo, ex-Primeira Ministra de Moçambique fez parte dos membros da Comissão. No seu capítulo 5 das acções recomendadas, reiterou que acções de construção de capacidades, passam pelo treinamento de micro-empresendedores.

No documento das Nações Unidas “*Fortalecendo as Indústrias Criativas para o Desenvolvimento em Moçambique*” de 2011, na sua Parte 3. Revisão das Políticas para as Indústrias Criativas, no ponto 3.1.1 Política cultural realça a necessidade do “*fortalecimento da contribuição económica do sector da cultura para o desenvolvimento de Moçambique.*”

Mais adiante no ponto 3.4 Quadro Regulamentário e Legislação dá como exemplo o facto de “*Em Setembro de 1994, foi adoptada a lei do Mecenato (Lei 4/94) mas até hoje não foi adaptado qualquer quadro regulamentar para a implementação eficaz desta lei.*” No entanto, na maioria dos documentos oficiais é feito um apelo à parceira público-privada. Com certeza que o sector público poderia participar mais se pudesse beneficiar de algo em troca, pelo que torna-me premente que a legislação esteja regulamentada, seja implementada e fiscalizada a sua implementação de forma a todos poderem beneficiar da mesma.

BIBLIOGRAFIA

Abiko, A. K. (1995). *Introdução a Gestão Habitacional*. São Paulo, Escola Politécnica da USP.

Fernandes, Marlene (2003). *Agenda Habitat para Municípios*. Rio de Janeiro: IBAM.

Gonçalves, Jean Pires de Azevedo (2006). *Ocupar e resistir: problemas da habitação no centro pós-moderno*. São Paulo, Universidade de São Paulo.

Hussey, J. & Hussey, R. (1997). *Business Research: A practical guide for undergraduate and post graduate students*. MacMillan Press: Houndmills.

Jáuregui, J. M. *Política habitacional e tensão social. O porquê dos nossos problemas habitacionais e os caminhos para a solução*. Revista Arquitectura & Urbanismo. Ano 19, n 26. São Paulo, 2004.

Junqueira, A. C. & Vita, Marcos (2002). *Os desejos da classe média*. São Paulo.

Martins, V. H. T. (2007). *Habitação. Infra-estrutura e Serviços Públicos: conjuntos habitacionais e suas temporalidades em Londrina-PR*. Londrina.

Page, C. & Mayer, D. (2000). *Applied research desing for business and management*. McGraw-Hill: Sydney.

- Jornal Notícias, Caderno Especial de Cultura, 30 de Dezembro 2009, Pag 2, Artigo Música Moçambicana em 2009, Crescimento *versus* pirataria e falta de editoras;
- Jornal Notícias, Caderno Especial de Cultura, 20 de Julho de 2011, Pág. 5, Moçambique no Festival do Rio, João Cossa lança segundo disco;
- Jornal Notícias, Caderno Especial Economia & Negócio, 20 de Abril de 2007, Pág. 7, Blognálise, Negócio faz-se com ideias, não com dinheiro, por Jaime Langa;
- Jornal Notícias, Caderno Especial Economia & Negócio, 20 de Abril de 2007, última pág., Prémio, Melhor empreendedor chega a Moçambique;
- Jornal Zambeze Cultural, pág. 31, 21 de Setembro de 2006, CNCD prossegue com “Janela de esperança”;

- Jornal Zambeze Cultural, pág. 30, 19 de Fevereiro de 2004, Em Moçambique Não há solidariedade entre músicos – Paulo Miambo, intérprete sénior da música ligeira moçambicana;
- Jornal Zambeze Cultural, pág. 30, 27 de Setembro de 2007, Quero ser famoso como Luck Dube – diz o jovem músico Antoninho;
- Jornal Zambeze Cultural, pág. 30, 28 de Setembro de 2006, Oliver N’goma estreia Verão Amarelo – O músico traz na manga “Saga”, último álbum, que, certamente é o presente do Verão 2006, por Celso Ricardo;
- Jornal Zambeze Cultural, pág. 31, 23 de Novembro de 2006, A Festa aconteceu Sexta-feira no palco do “Franco”, Reencontro de três gerações, por Celso Ricardo;
- Jornal Magazine Independente Cultural, pág. 28, 28 de Outubro de 2009, Exibição do África Umoja na África do Sul, Resistência africana nas asas da arte;
- Jornal Magazine Independente Cultural, pág. 29, 24 de Fevereiro de 2010, No lançamento do VI Festival Nacional de Cultura, a nível da cidade de Maputo, Cerca de 300 grupos culturais passeiam a classe na feira de Hulene;
- Jornal Magazine Independente Cultural, pág. 28, 10 de Agosto de 2011, Segundo Maya Cool em entrevista ao Magazine – Músicos moçambicanos devem ser mais agressivos no marketing; Xidiminguana irradia juventude e força no duplo aniversário, por Lourenço Jossias;
- Jornal o País, 9 de Julho de 2011, Pág. 10, Artigo Música, Antropólogos convocados para a música;
- Jornal Electrónico Vertical, 25 de Fevereiro de 2011, Pág. 3, Música Moçambicana promovida no Channel O e Património cultural órfão e sem reconhecimento;
- Jornal Electrónico Vertical, No. 2386, 19 de Agosto de 2011, Pág. 2, a opinião de: Aires Bonifácio Aly – Ciência Rumo à Revolução Tecnológica e do Conhecimento;
- Jornal Electrónico Matinal, 15 de Dezembro de 2010, No.1122, Pág. 4, É possível viver da música – garante Aniceto Guebisa, músico e promotor de espectáculos;

- Jornal Electrónico Canalmoz, pág. 7,15 de Agosto de 2011, Ministro da Cultura trabalha nos distritos;
- Jornal Electrónico Boletim Lusa, pág. 1, 22 de Agosto de 2011, Governo lança programa para as indústrias criativas;
- Jornal Electrónico Diário do País, No.1027, pág. 4, 9 de Setembro de 2011, Miragens por António Justo, Ecosystema Cultural – Biótopo Cultural, Opinião formada no Desvio da Verdade;
- Jornal Electrónico Diário do País, No.1010, pág. 1, 16 de Agosto de 2011, Aires Ali advoga apoio para inovadores, O Primeiro – Ministro, Aires Ali apelou ontem, em Maputo, para que o sector privado apoie as iniciativas de investigação científica em curso no país para que os seus resultados contribuam efectivamente para impulsionar o desenvolvimento nacional;
- Jornal Electrónico Horizonte, pág. 2, 16 de Agosto de 2011, destaque, PM na Abertura IX Amostra da Ciência – “Há que consolidar a sociedade de conhecimento”, por Celestino Mabote;
- Comunicação de S.Ex^a. Armando Emílio Guebuza, Presidente da República de Moçambique, por ocasião da abertura do 6º Festival Nacional da Cultura, Chimoio, 28 de Julho de 2010;
- Dissertação de Mestrado de João Carlos Schwalbach, Mmus Ethnomusicologia, Setembro 2002;
- Horácio Costa e Pedro Correia Ribeiro, Criação e Gestão de Micro-Empresas e Pequenos Negócios, Manual Prático Lidel, 4ª Edição, 2004;
- José Carlos Assis Dornelas, Empreendedorismo na prática, Mitos e Verdades do Empreendedor de Sucesso, 2007;
- José Carlos Assis Dornelas, Empreendedorismo, Transformando Ideias em Negócios, 3ª. Edição, 2008

- Comissão para o Sector Privado e Desenvolvimento, Relatório para o Secretário-geral das Nações Unidas, Desencadeando o Empreendedorismo, o Poder das Empresas a Serviço dos Pobres, 2011;
- República de Moçambique, Conselho de Ministros, Estratégia de Emprego e Formação Profissional em Moçambique 2006 – 2015, Aprovado pela 5ª. Sessão Ordinária do Conselho de Ministros de 14.03.2006;
- Portugal Digital, Informação e Comunicação Empresarial Luso-Brasileira, Portugal Digital – Brasil/Portugal, 27 de Março de 2006 – 20:50, Empreendedorismo em Moçambique, www.achanoticias.com.br, www.portugaldigital.com.br;
- IV ENECULT – Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura 28 a 30 de Maio de 2008, Faculdade de comunicação/UFBA, Salvador-Bahia-Brasil, EMPREENDEDOR CULTURAL: Perfil e Formação Profissional, por Tânia Maria Vidigal Limeira (Professora da Faculdade de Administração da Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, email: taniel@fgvsp.br)
- Palestra proferida por Tânia Tomé na Presidência da República, com o tema: “O papel da Cultura na produção de riqueza, Setembro 2011
- Capacitação em Economias Criativas, por Lala Deheinzelin, Setembro 2011
- Participação na reunião com S.Exª. Ministro da Cultura sobre Economias Criativas e Pirataria, Setembro 2011
- <http://nandiiwe.blogspot.com/2010/08/empreendedorismo-mocambique-1.html>, 10 de Agosto de 2010, Empreendedorismo – Moçambique – 1;
- www.economiacriativa.com (acesso 5.11.2011)
- www.ine.gov.mz (acesso dia 10.11.2011)
- <http://www.dicionarioinformal.com.br/mapear/> (acesso 7.11.2011)
- <http://www.qdivertido.com.br> (acesso 7.11.2011)

- http://macua.blogs.com/moambique_para_todos/musica_vdeo_cinema/page/3/ (acesso 8.11.2011)
- www.ufrgs.br/alimentus/apresent/med/Cadeia%20de%20valor.ppt (acesso 8.11.2011)
- (http://macua.blogs.com/moambique_para_todos/musica_vdeo_cinema/page/3/) (acesso 13 Nov. 2011)

APÊNDICE – RESULTADO DOS INQUÉRITOS FEITOS A MÚSICOS, AGENTES CULTURAIS E CONSUMIDORES

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	
	As políticas do Governo de Moçambique não são favoráveis aos músicos e suas atividades	Os músicos não estão bem organizados	Os músicos não conhecem os seus direitos	Os músicos não beneficiam dos seus direitos autorais e da propriedade intelectual	A música moçambicana não está devidamente divulgada	Os músicos moçambicanos não têm os mesmos talentos	Os músicos moçambicanos conhecidos são os mais talentosos	A música moçambicana não é de qualidade e por isso não tem muita aceitação	O rendimento proveniente de músicas pertence ao artista/vendedor do músico	O público carece de conhecimento de gestão	A divulgação existente não é divulgada e não está devidamente organizada	A música tradicional não poderá ser economicamente sustentável	Os músicos podem sair do país facilmente	Os músicos e espetáculos agradam os estrangeiros/turistas	A variedade musical é apreciada pelos turistas e os turistas moçambicanos pelos estrangeiros/turistas	O Governo desempenha o seu papel na criação de ambiente propício para a produção das atividades musicais	As empresas utilizam os músicos adequados para atender ao mercado comercial	Há necessidade de criação de incentivos (subsídios de formação e gestão) para ajudar os músicos a tornarem-se empreendedores de sucesso	Os músicos unidos em cooperativas poderiam facilitar a atingir a sua sustentabilidade	
Totais	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	
DT	31,43%	5,71%	5,71%	11,43%	0,00%	14,29%	14,29%	42,86%	25,71%	0,00%	0,00%	0,00%	2,86%	0,00%	0,00%	34,29%	14,29%	0,00%	0,00%	
D	48,57%	17,14%	17,14%	2,86%	8,57%	31,43%	31,43%	31,43%	31,43%	0,00%	0,00%	5,71%	0,00%	5,71%	40,00%	37,14%	14,29%	0,00%	2,86%	
NO	8,57%	8,57%	20,00%	2,86%	5,71%	17,14%	14,29%	8,57%	25,71%	20,00%	28,57%	17,14%	2,86%	20,00%	45,71%	17,14%	40,00%	2,86%	22,86%	
C	8,57%	42,86%	34,29%	48,57%	42,86%	22,85%	31,43%	8,57%	14,29%	57,14%	45,71%	62,86%	42,86%	40,00%	8,57%	11,43%	20,00%	42,86%	42,86%	
CT	2,86%	25,71%	22,86%	34,29%	42,86%	14,29%	8,57%	2,86%	2,86%	22,86%	25,71%	14,29%	51,43%	34,29%	5,71%	0,00%	11,43%	54,29%	31,43%	
Agentes Culturais																				
DT	33,33%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	33,33%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	33,33%	33,33%	0,00%	0,00%	
D	33,33%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	50,00%	0,00%	50,00%	33,33%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	56,67%	33,33%	33,33%	0,00%	0,00%	
NO	33,33%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	50,00%	50,00%	50,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	33,33%	33,33%	0,00%	0,00%	50,00%	
C	0,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	0,00%	50,00%	0,00%	33,33%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	0,00%	0,00%	33,33%	100,00%	50,00%	
CT	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	
Consumidores																				
DT	46,67%	25,00%	20,00%	100,00%	0,00%	33,33%	30,00%	62,50%	35,36%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	53,85%	40,00%	0,00%	0,00%	
D	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	
NO	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	
C	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	
CT	53,33%	75,00%	80,00%	0,00%	100,00%	66,67%	70,00%	37,50%	63,64%	0,00%	0,00%	100,00%	0,00%	0,00%	100,00%	46,15%	60,00%	0,00%	0,00%	
Músicos																				
DT	23,08%	7,59%	7,59%	15,38%	0,00%	15,38%	15,38%	53,85%	30,77%	0,00%	0,00%	0,00%	7,59%	0,00%	0,00%	30,77%	15,38%	0,00%	0,00%	
D	61,54%	23,08%	15,38%	7,69%	15,38%	30,77%	30,77%	30,77%	23,08%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	15,38%	38,46%	46,15%	7,69%	0,00%	7,69%	
NO	0,00%	15,38%	15,38%	7,69%	7,69%	23,08%	15,38%	0,00%	15,38%	23,08%	30,77%	15,38%	0,00%	23,08%	46,15%	7,69%	53,85%	7,69%	30,77%	
C	7,69%	30,77%	38,46%	30,77%	53,85%	15,38%	30,77%	15,38%	23,08%	38,46%	23,08%	53,85%	61,54%	15,38%	7,69%	15,38%	15,38%	38,46%	46,15%	
CT	7,69%	23,08%	23,08%	38,46%	23,08%	15,38%	7,69%	0,00%	7,69%	30,46%	46,15%	30,77%	30,77%	46,15%	7,69%	0,00%	7,69%	53,85%	15,38%	